

**VDEW-Kundenfokus Gewerbekunden  
Bundesstudie 2005**

Ergebnisbericht

November 2005

Wir machen Märkte *transparent*.





<b>Der VDEW-Kundenfokus 2005 .....</b>	<b>3</b>
<b>Branchen im VDEW Kundenfokus Gewerbe 2005 .....</b>	<b>4</b>
<b>Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick .....</b>	<b>5</b>
<b>Stromversorger in der Öffentlichkeit .....</b>	<b>8</b>
<b>Einflussgrößen der Kundenbeziehung .....</b>	<b>19</b>
<b>Wettbewerb in der Stromwirtschaft .....</b>	<b>55</b>
<b>Firmografie .....</b>	<b>71</b>
<b>Handlungsfelder/Ansatzpunkte auf Basis der aktuellen Kundenzufriedenheits-/Imageresultate</b>	<b>73</b>
<b>Ergebnisse der Modellanalyse .....</b>	<b>77</b>

## Ausgangslage

Der VDEW-Kundenfokus Gewerbe dient der Stromwirtschaft als empirisches Informationsinstrument über ihre Gewerbekunden. Die drei primären Funktionen des Instrumentes sind:

- *die Diagnose von Stärken und Schwächen,*
- *die Sondierung von Kundeninteressen zur Profilierung und Differenzierung im Wettbewerb*
- *sowie schließlich die frühzeitige Warnung vor kritischen Branchenentwicklungen*

Diese drei Funktionen verweisen direkt auf die zentrale Wertschöpfung des Instrumentes: Der VDEW-Kundenfokus Gewerbe stellt wichtige Kundeninformationen zur Konzeption von Strategien und Vorbereitung von Entscheidungen in Marketing und Vertrieb der Energieversorgungsunternehmen zur Verfügung.

## Projektanlage

Der VDEW-Kundenfokus Gewerbe ist als Multi Client-Studie angelegt: Repräsentative Daten für das Bundesgebiet liefert eine Benchmark-Untersuchung im Auftrag des VDEW. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden im Herbst 2005 bundesweit 1.040 Interviews in 13 verschiedenen Branchen realisiert.

Parallel zu dieser Benchmark-Untersuchung werden für interessierte Energieversorgungsunternehmen individuelle Studien (in deren Kundengebiet) mit Stichprobengrößen zwischen  $n = 150$  und  $n = 1.000$  durchgeführt.

Den Individualstudien werden die Ergebnisse der bundesweiten Benchmark-Stichprobe hinterlegt, so dass die teilnehmenden EVU einen Vergleichsmaßstab ihrer Leistungseinschätzung aus Kundensicht erhalten. Die teilnehmenden EVU können außerdem (in anonymisierter Form) ihren Standort gegenüber ebenfalls teilnehmenden Wettbewerbern bestimmen. Dieser separate Bericht zum Unternehmensbenchmark wird im Frühjahr 2006 nach Abschluss aller Individualuntersuchungen den Teilnehmern zur Verfügung gestellt.

Im VDEW-Kundenfokus Gewerbe 2005 sind die Modelle ProSatisfier und ProQualifier integriert, die detaillierte Informationen zum Handlungsbedarf aufzeigen.

## Durchführungszeitraum

Die Datenerhebung für die Individualstudie der Stromversorger erfolgte anhand von durchschnittlich 25-minütigen Telefoninterviews (CATI) in der Zeit vom 10. Oktober bis zum 02. November 2005. Befragt wurden Inhaber/Geschäftsführer oder Einkaufs-/Technikleiter.

Im VDEW-Kundenfokus Gewerbe 2005 werden 13 Branchen berücksichtigt. Im vorliegenden Bericht werden die Ergebnisse differenziert für drei Wirtschaftsbereiche ausgewiesen.

BRANCHEN	==> Anzahl Interviews	
Landwirtschaft und Gärtnereien	80	<b>PROD./VERARB. GEWERBE</b>
Bäckereien und Fleischereien	80	
Holzgewerbe	80	
Chemie, Gummi und Kunststoff	80	
Druck- und Verlagsgewerbe	80	
Metallgewerbe und Maschinenbau	80	
Baugewerbe	80	
Kfz-Gewerbe	80	<b>HANDEL</b>
Einzelhandel (Food/Non-Food)	80	
Großhandel (mit/ohne Kühlanlagen)	80	
Hotels und Gaststätten (mit/ohne Restauration)	80	<b>DIENSTLEISTUNG</b>
Freiberufler (Architekten, Anwälte usw.) und Ärzte	80	
Gesundheit/Fitness/Kosmetik (Friseure, Sonnenstudios, Saunabetriebe usw.)	80	
<b>Summe: 1.040*</b>		

\*Anzahl der durchgeführten Interviews (ungewichtete Nettostichprobe)

Zur Ableitung repräsentativer Gesamtaussagen ist eine Gewichtung der Daten gemäß der Branchenverteilung in Deutschland erforderlich. Zur Gewichtung wurden verschiedene Quellen genutzt. Die wichtigsten Quellen sind die amtliche Umsatzsteuerstatistik der Bundesländer von 1998, Daten der Bundesärztl- und Bundeszahnärztlkammern, weitere Daten von Berufskammern und -vereinigungen sowie die institutseigene Datenbank. Die letztgenannte Quelle dient insbesondere der Identifikation von Betrieben mit und ohne Kühlanlagen sowie Gastgewerbe mit und ohne Restauration.

## Stromversorger in der Öffentlichkeit

- ▶ e.on weist die höchste ungestützte Bekanntheit auf (51,7%). Danach folgt Yello mit einem Anteil von 50,4%.
- ▶ Hauptwahrnehmungsquellen sind die Artikel/Berichterstattung (26,4%) und Anzeigen (18,7%) in Tageszeitungen. 13,3% haben ihren Stromversorger in letzter Zeit nicht wahrgenommen.
- ▶ Rund ein Drittel der Befragten können sich an Werbung ihres Stromversorgers erinnern. Die höchste Werbeerinnerung weist der Kommunikationsträger Tageszeitung auf. Die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt des Stromversorgers ist nur durchschnittlich.
- ▶ 77,7% aller Befragten verfügen in ihrem Betrieb über einen Internetzugang. 22,3% dieser Internetnutzer haben zumindest einmal die Internetpräsenz ihres Stromversorgers besucht.

## Einflussgrößen der Kundenbeziehung

- ▶ Die Imagestärken der Stromversorger sind die Zuverlässigkeit (Top-2: 85,8%) und die Leistungsfähigkeit des Unternehmens (Top-2: 74,5%). Imageschwächen zeigen sich insbesondere in der leistungsgerechten Preisgestaltung (Bottom-2: 32,3%) und der Offenheit und Ehrlichkeit der Informationspolitik (Bottom-2: 30,1%).
- ▶ Die höchste Zufriedenheit besteht bezüglich der sicheren und zuverlässigen Stromversorgung (Top-2: 86,8%). Unzufriedenheit herrscht hinsichtlich der Aktivitäten der Stromversorger zur Stromeinsparung bei den Kunden beizutragen (Bottom-2: 38,9%), der Transparenz der Preisgestaltung (Bottom-2: 36,3%) und der Flexibilität der Vertragsgestaltung (Bottom-2: 23,1%).
- ▶ Das Preis-Leistungsverhältnis wird von einem Drittel der Befragten als angemessen erachtet.

- ▶ Die Gesamtzufriedenheit mit dem Stromversorger ist nur durchschnittlich (Top-2: 54,1%; 7,8% sind eher unzufrieden).

## Wettbewerb in der Stromwirtschaft

- ▶ Die aktuelle Wechselquote liegt bei 7,1%.
- ▶ Die Verbleibswahrscheinlichkeit der Kunden beim aktuellen Stromversorger ist durchschnittlich (Top-2: 43,6%). 10,9% halten den Verbleib beim aktuellen Stromversorger für eher unwahrscheinlich.
- ▶ Die Weiterempfehlungsquote als zusätzlicher Indikator für die Kundenbindung ist gering (Bottom-2: 26,2%).
- ▶ Im Vergleich zu anderen Stromversorgern beurteilt die überwiegende Mehrheit der Befragten ihren aktuellen Versorger als zumindest gleichwertig. Nur 7,9% halten ihren aktuellen Versorger für schlechter.

## Stromversorger in der Öffentlichkeit

Die bekanntesten Stromversorger in Deutschland sind die bundesweiten Anbieter e.on, Yello und RWE.

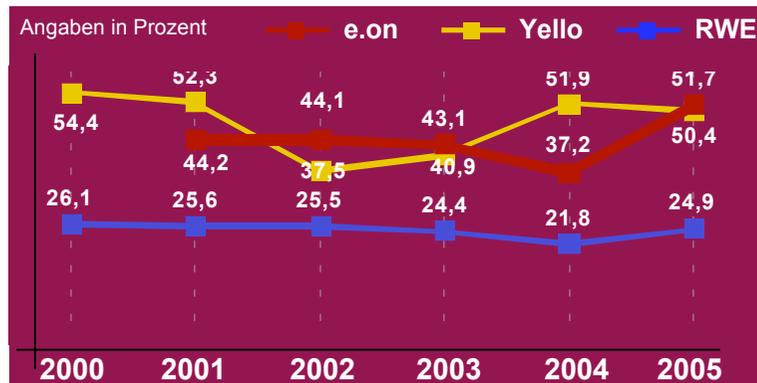


Abbildung: Ungestützte Bekanntheit von Stromversorgern

Die Bekanntheit von e.on ist um 14,5 Prozentpunkte gestiegen, e.on erreicht damit die höchste Bekanntheit seit dem Markteintritt im Jahre 2001. Dagegen ist die Bekanntheit von Yello leicht zurückgegangen, bewegt sich mit 50,4% aber immer noch auf einem hohen Niveau. RWE hat ebenfalls einen leichten Anstieg der Bekanntheit zu verzeichnen und bewegt sich nach einem Tiefststand von 21,8% im letzten Jahr mit 24,9% wieder auf dem Niveau der Vorjahre.

Die Stromversorger wurden in 2005 stärker über Artikel in Tageszeitungen wahrgenommen als noch in 2004 (26,4% bzw. 24,7%). Dagegen ist die Wahrnehmung über Anzeigen in Tageszeitungen rückläufig (-3,9 Prozentpunkte).

Die Wahrnehmung der Werbung der Stromversorger ist um 6,1 Prozentpunkte auf 34,4% gesunken, die Werbung wird mit einer Durchschnittsnote von 2,8 schlechter bewertet als im Vorjahr ( $\bar{x}$  2,6).

Die Gesamtzufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt des Stromversorgers wird ebenfalls leicht schlechter bewertet als im Vorjahr (2005:  $\bar{x}$  2,7; 2004:  $\bar{x}$  2,6).

## Einflussgrößen der Kundenbeziehung

Das Image der Stromversorger ist insgesamt leicht verschlechtert gegenüber dem Vorjahr. Der Abwärtstrend wird besonders deutlich bei der offenen und ehrlichen Informationspolitik (Bottom-2: +11,5 Prozentpunkte), der leistungsgerechten Preisgestaltung (Bottom-2: +9,6 Prozentpunkte), der umweltschonenden Stromerzeugung (Bottom-2: +7,0 Prozentpunkte) und dem Ansehen der Stromversorger insgesamt (Bottom-2: +6,9 Prozentpunkte).

Mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung, der Kernkompetenz der Stromversorger, sind nahezu unverändert 87% (2004: 89%, 2003: 92%, 2002: 89%, 2001: 91%, 2000: 89%) der Kunden zufrieden. Ein deutlicher Abwärtstrend im Bereich Kundenzufriedenheit zeigt sich in der Geschwindigkeit der Störungsbehebung (-11,5 Prozentpunkte im Top-Bereich) und im Informationsverhalten bei Störungen (-8,9 Prozentpunkte im Top-Bereich).

Auch die Zufriedenheit mit Leistungen im Rahmen der Rechnung und Preisgestaltung ist deutlich rückläufig. Die Preistransparenz wird von 36% der Befragten kritisiert (2004: 23%). Eine deutliche Verschlechterung ist auch bei der Verständlichkeit der Rechnung (Top-2: -8,3 Prozentpunkte) und dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung (Top-2: -6,4 Prozentpunkte) feststellbar.

Im Rahmen der Erreichbarkeit und Termineinhaltung weist die Einhaltung abgesprochener Termine eine deutliche Verschlechterung auf. Nur noch 54,1% waren mit der Termineinhaltung zufrieden (-12,6 Prozentpunkte). Entgegen dem allgemeinen Trend werden die Geschäftszeiten der Stromversorger leicht besser beurteilt (Top-2: +4,5 Prozentpunkte).

Die Kundenbetreuung gehört seit Jahren zu den Stärken der Stromversorger, allerdings zeigen sich auch hier negative Tendenzen. Insbesondere der Einsatz der Mitarbeiter (-11,8 Prozentpunkte im Top-Bereich) und das Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen (-9,3 Prozentpunkte im Top-Bereich) weisen deutliche Rückgänge auf. Die Zufriedenheit der Kunden im Bereich Dienstleistungen hat sich 2005 gegenüber dem Vorjahr leicht verringert. Dies betrifft insbesondere den Aspekt der Aktivitäten der Stromversorger, zur Stromeinsparung bei den Kunden beizutragen (9 Prozentpunkte mehr Unzufriedene).

Ebenso fällt die Bewertung des Preis-Leistungsverhältnis leicht negativer aus als in den Vorjahren.

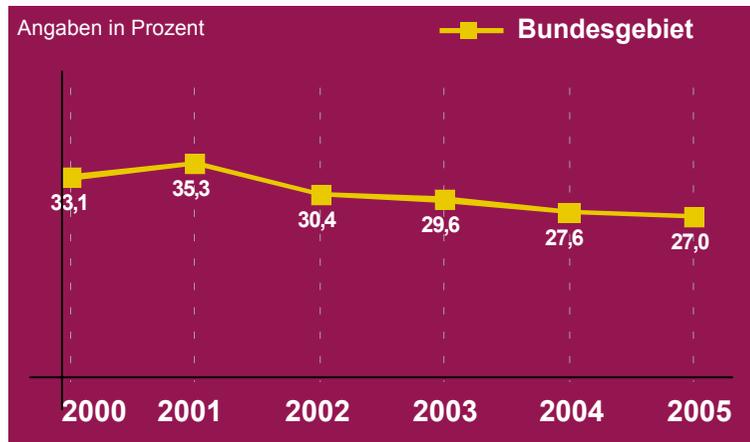


Abbildung: Top-2-Box Preis-Leistungsverhältnis

Vergaben 2005 nur 27% der Befragten gute Noten, so waren es 2001 noch 35%, die das Preis-Leistungsverhältnis positiv beurteilten. Die Gesamtzufriedenheit der Kunden mit ihrem Stromversorger hat sich seit 2000 negativ verändert. Waren 2000 noch 70% der Kunden insgesamt mit dem Stromversorger zufrieden, so sind es 2005 nur noch 54%. Auch bei der A-priori-Zufriedenheit ist gegenüber 2004 der Anteil der Zufriedenen um 4,9 Prozentpunkte gesunken.

## Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Die Möglichkeit den Stromversorger zu wechseln, haben bis 2005 nur wenige Unternehmen genutzt.



Abbildung: Wechslerquote

Gründe hierfür liegen zum einen in den Anstrengungen der Stromversorger Kunden mit attraktiven Angeboten zu halten, und zum anderen in den mangelnden Kenntnissen der Kunden hinsichtlich des Strommarktes. Die Verbleibswahrscheinlichkeit ist weiter rückläufig. Gaben 2000 noch 62% an, dass sie ihren Stromversorger in naher Zukunft wahrscheinlich nicht wechseln würden, waren in diesem Jahr nur 44% von ihrem weiteren Verbleib bei ihrem Stromversorger überzeugt. Auch die Weiterempfehlung ist weiter rückläufig und sank von 37% im Jahr 2004 auf 27% in diesem Jahr. Wie im Vorjahr bewerten die Befragten ihren aktuellen Stromversorger im Vergleich zur Konkurrenz überwiegend genau so gut (2005: 50,6%, 2004: 51,6%).

**Bekanntheit von Stromversorgern**

**Wahrnehmungsquellen**

**Werbung der Stromversorger**

**Werbungsinhalte**

**Öffentlicher Auftritt der Stromversorger**

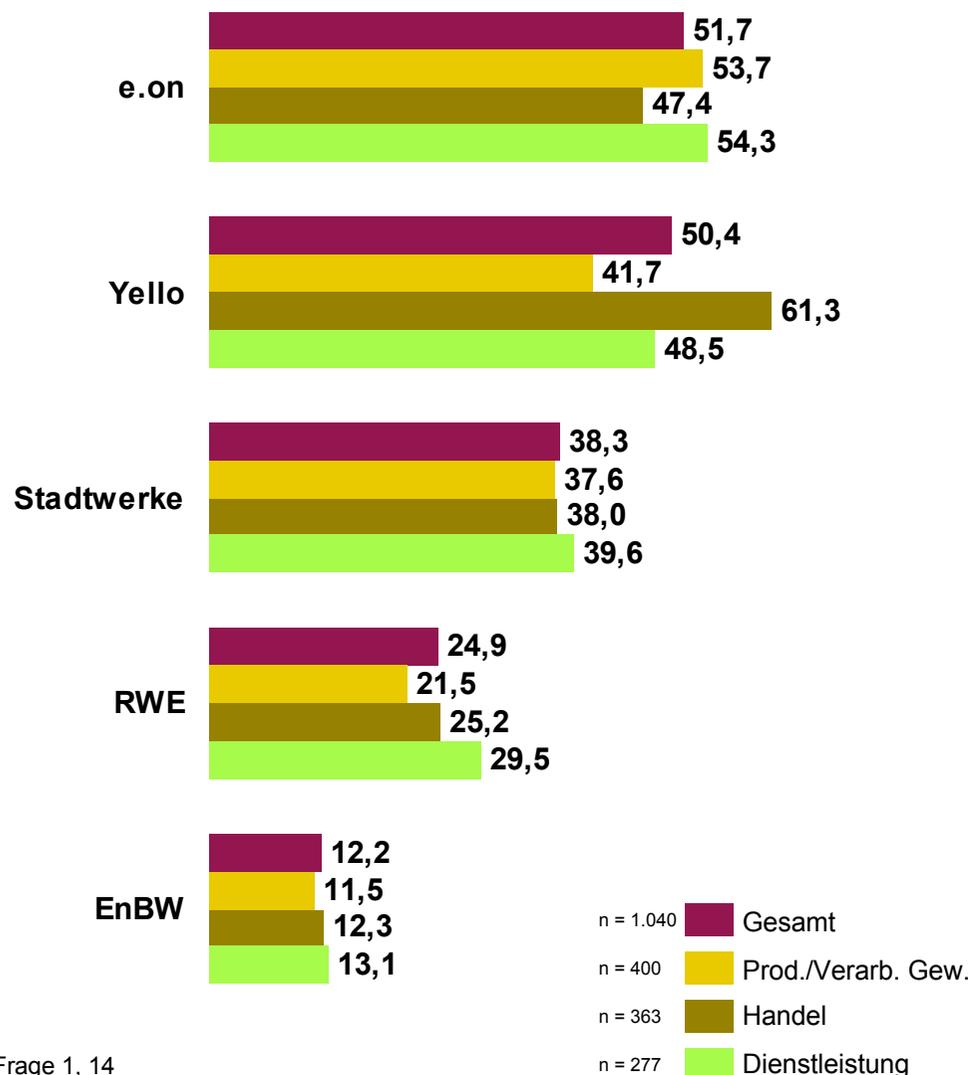
**Internetnutzung**

**Internet-Auftritt des Stromversorgers**

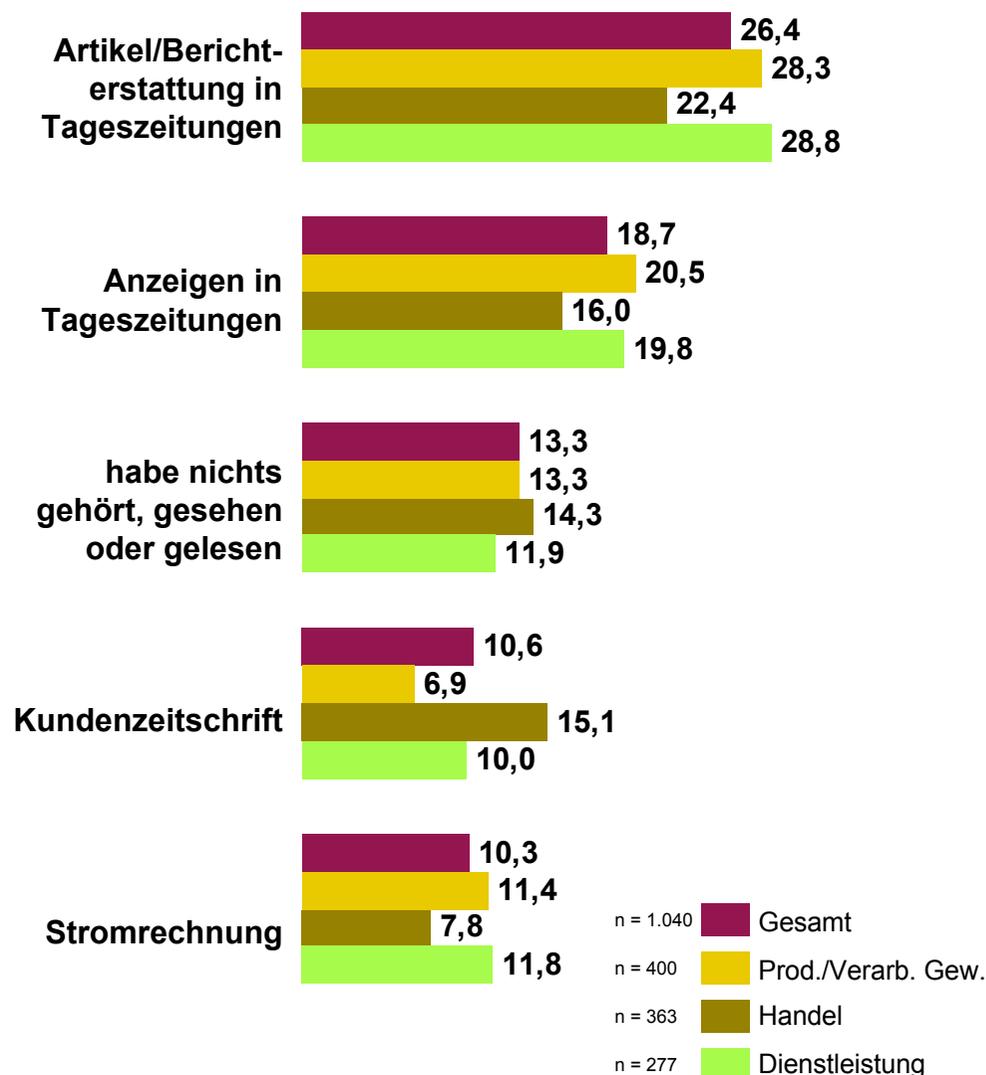
**Zusammenfassung der Ergebnisse - Stromversorger in der Öffentlichkeit**

# Bekanntheit von Stromversorgern und Wahrnehmungsquellen

Welche Stromversorger, Stromanbieter bzw. Strommarken fallen Ihnen spontan ein?  
(die fünf häufigsten Nennungen)



Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Stromversorger gehört, gesehen oder gelesen?  
(die fünf häufigsten Nennungen)



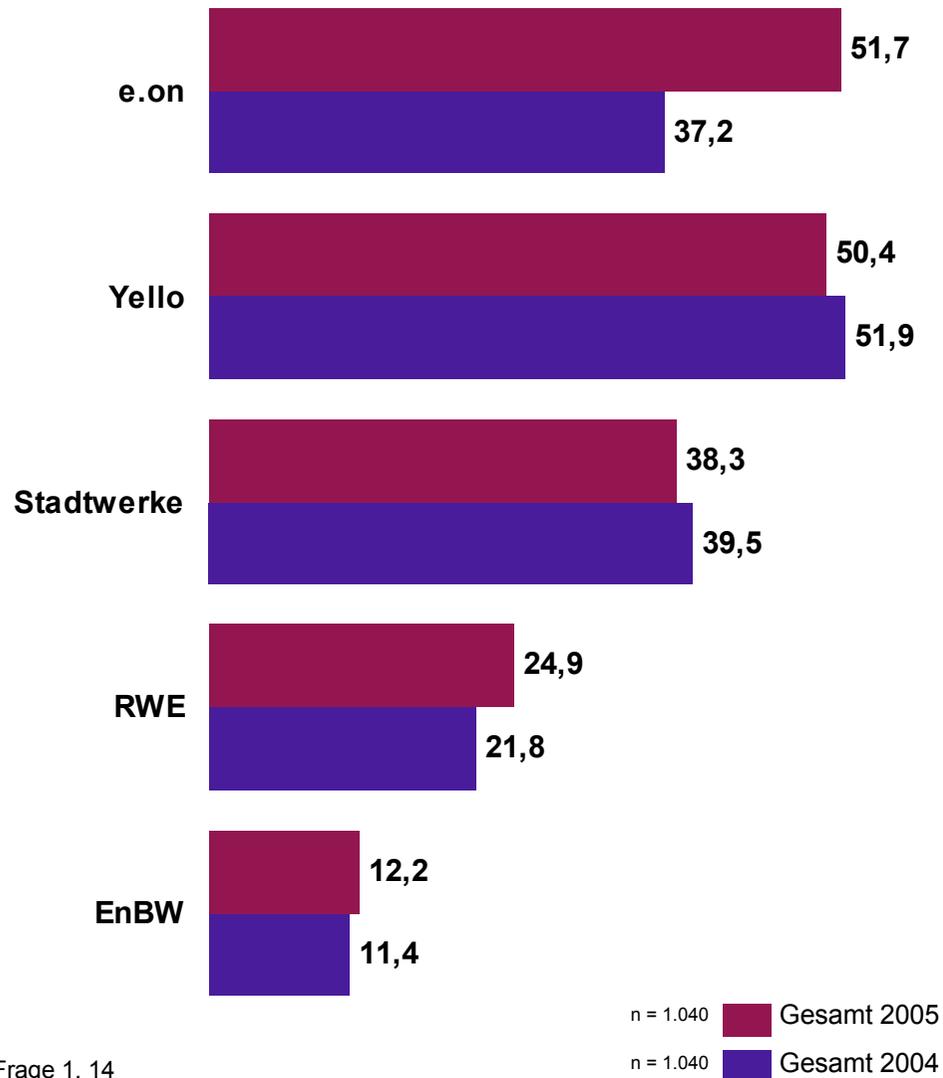
Frage 1, 14

Angaben in Prozent

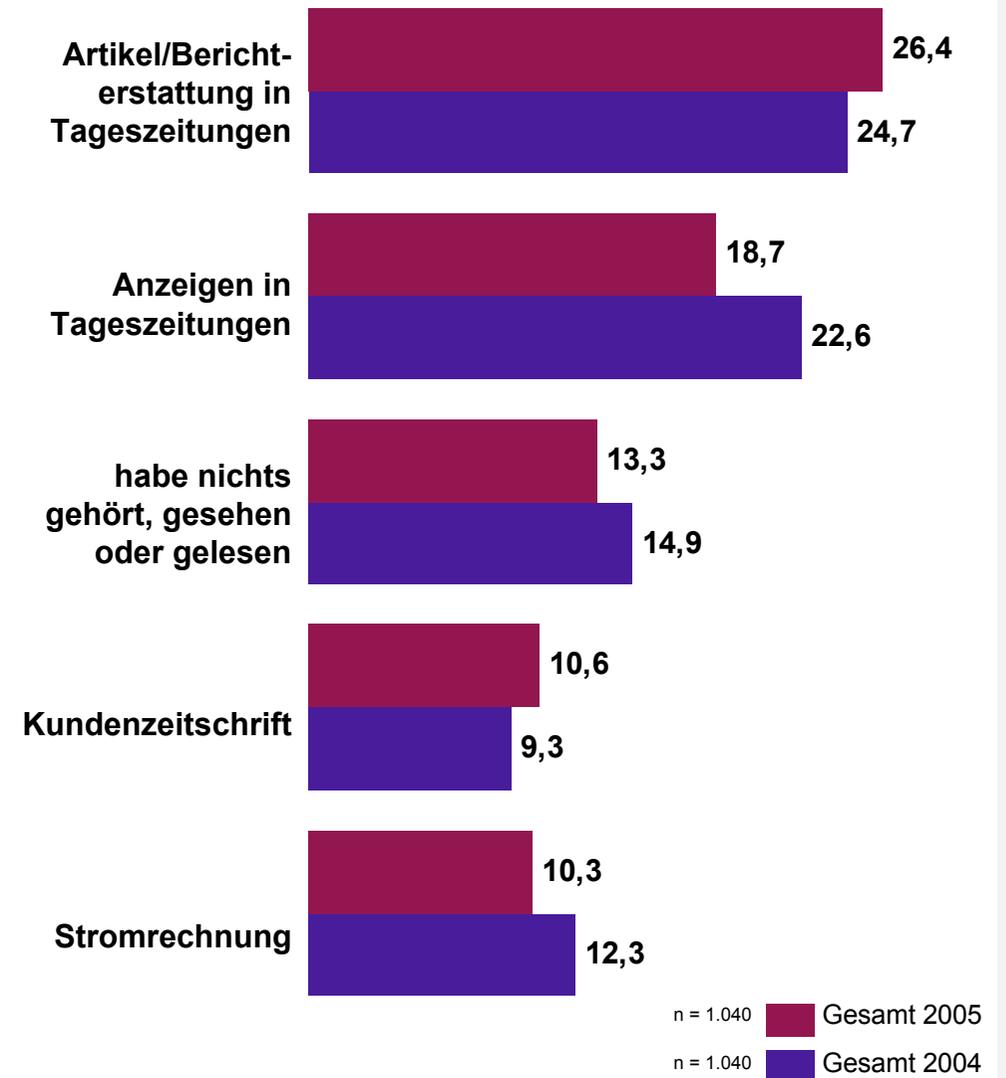
# Bekanntheit von Stromversorgern & Wahrnehmungsquellen - Jahresvergleich



Welche Stromversorger, Stromanbieter bzw. Strommarken fallen Ihnen spontan ein?  
(die fünf häufigsten Nennungen)



Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Stromversorger gehört, gesehen oder gelesen?  
(die fünf häufigsten Nennungen)

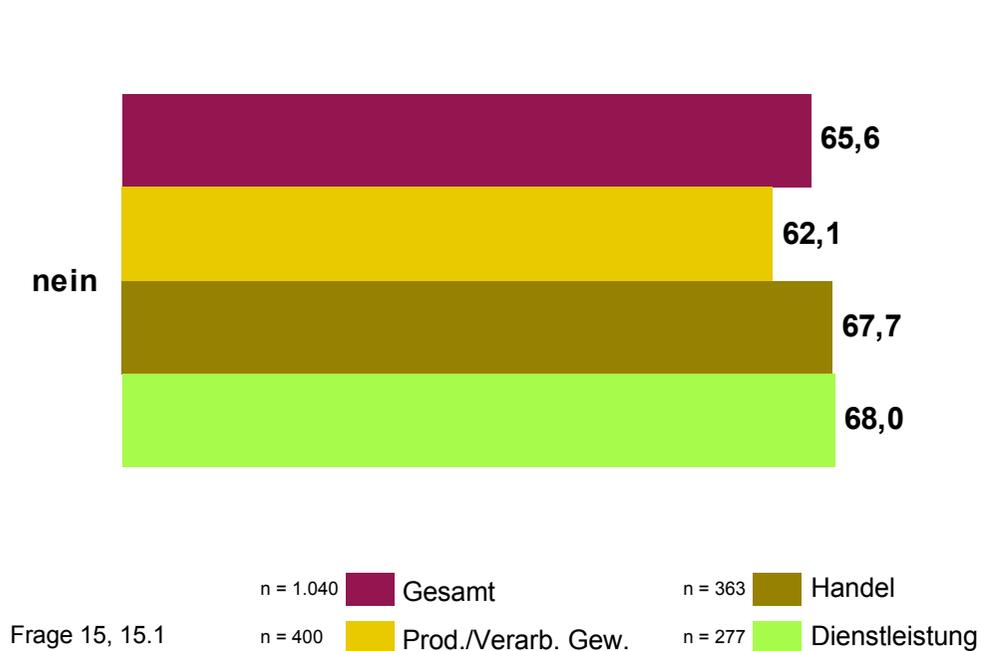
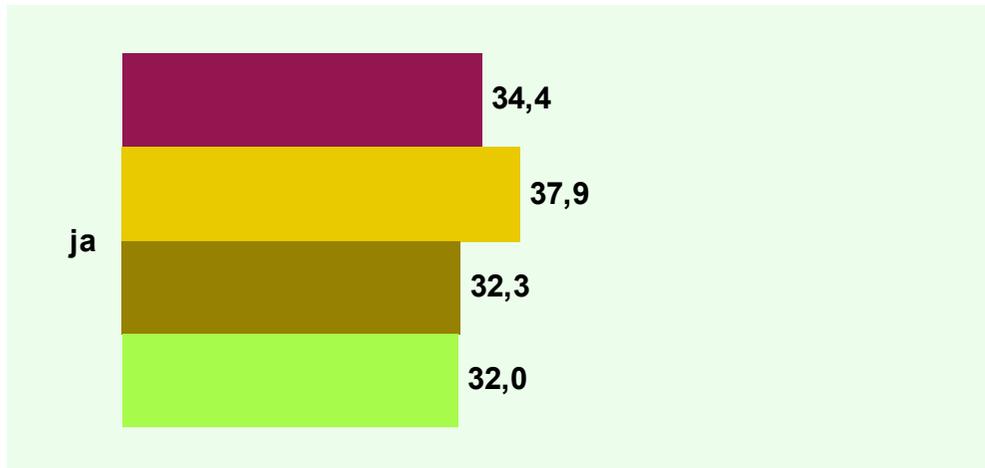


Frage 1, 14

Angaben in Prozent

# Wahrnehmung der Werbung des Stromversorgers

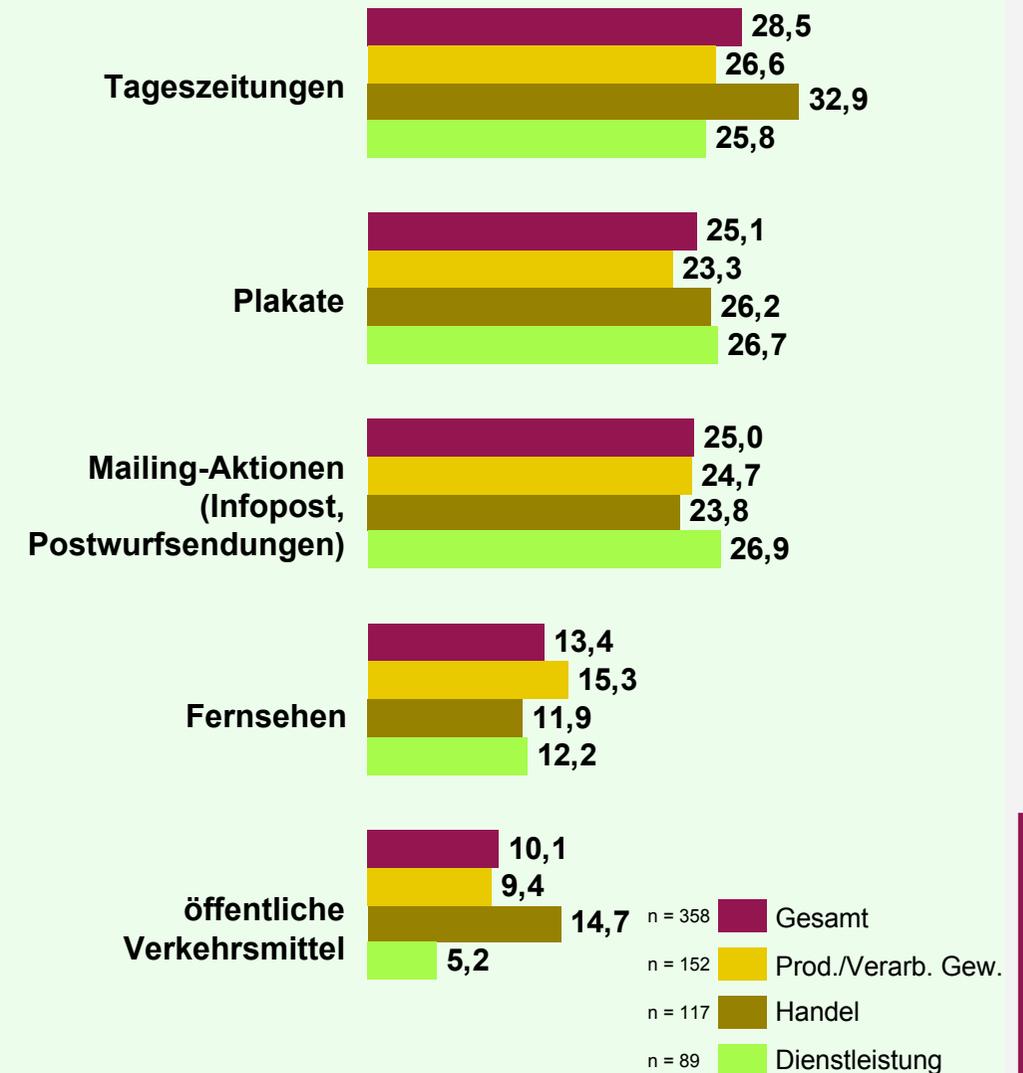
Können Sie sich an Werbung Ihres Stromversorgers in letzter Zeit erinnern?



Frage 15, 15.1  
Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt  
n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew.  
n = 277 Dienstleistung

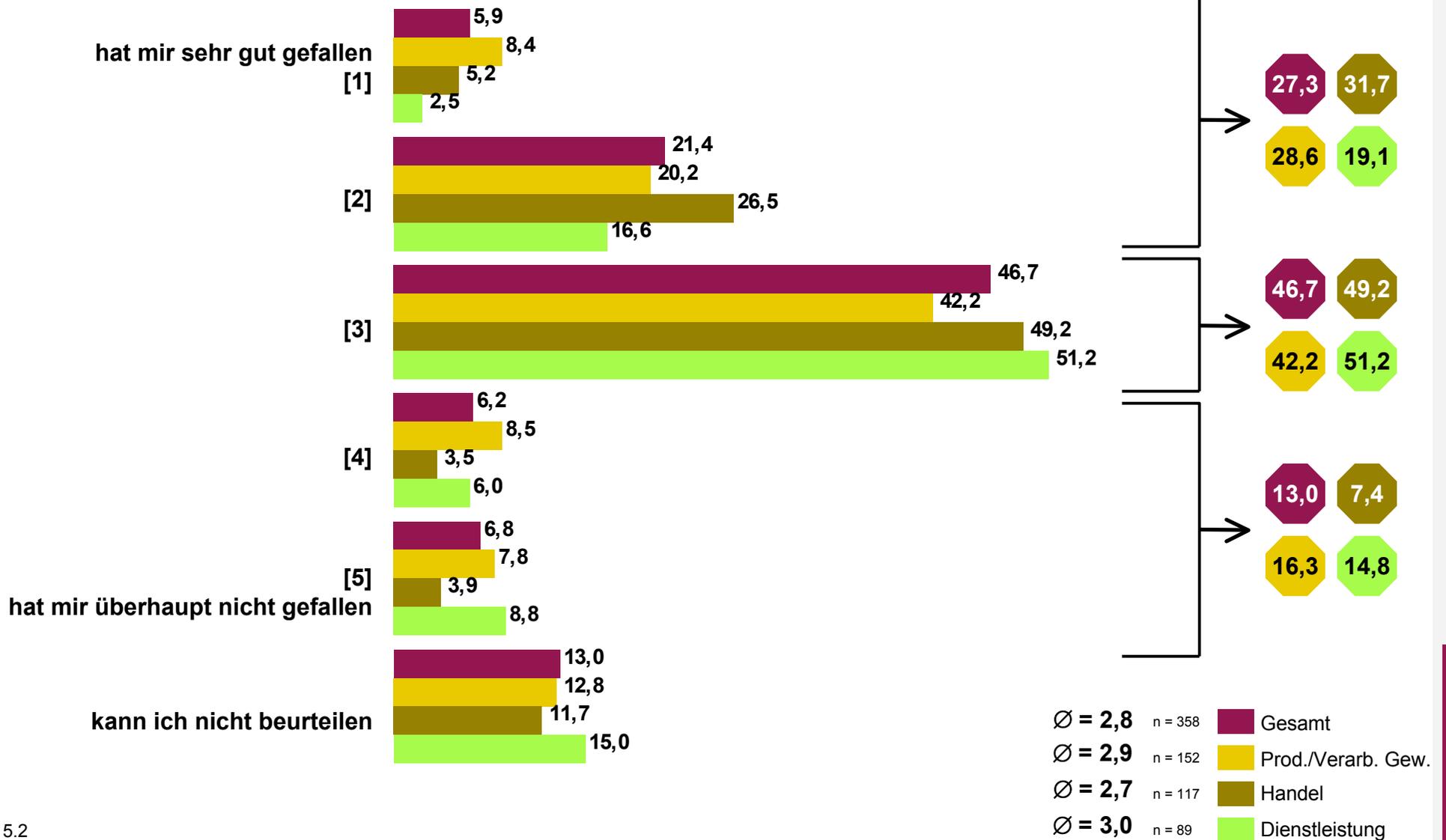
Wo haben Sie Werbung Ihres Stromversorgers gesehen?  
(die fünf häufigsten Nennungen)



n = 358 Gesamt  
n = 152 Prod./Verarb. Gew.  
n = 117 Handel  
n = 89 Dienstleistung

# Gesamtzufriedenheit mit der Werbung des Stromversorgers

Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?



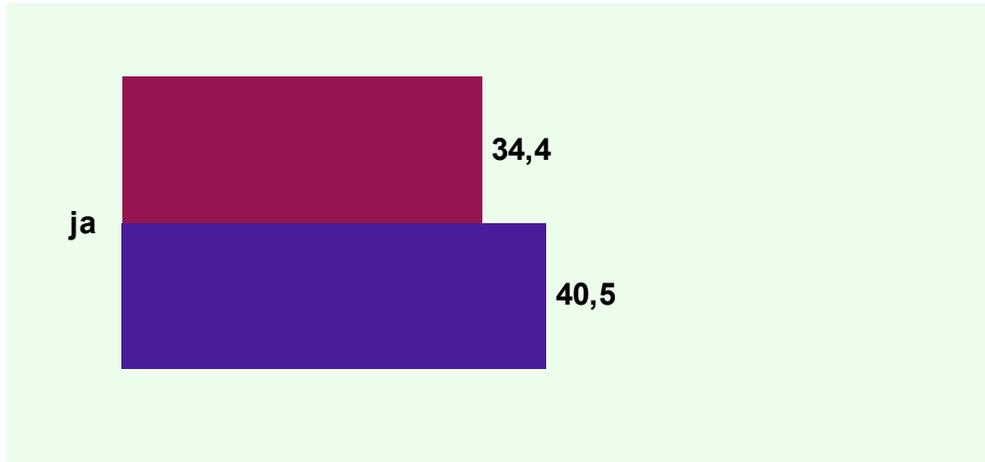
Frage 15.2

Angaben in Prozent

# Wahrnehmung und Bewertung der Werbung des Stromversorgers – Jahresvergleich



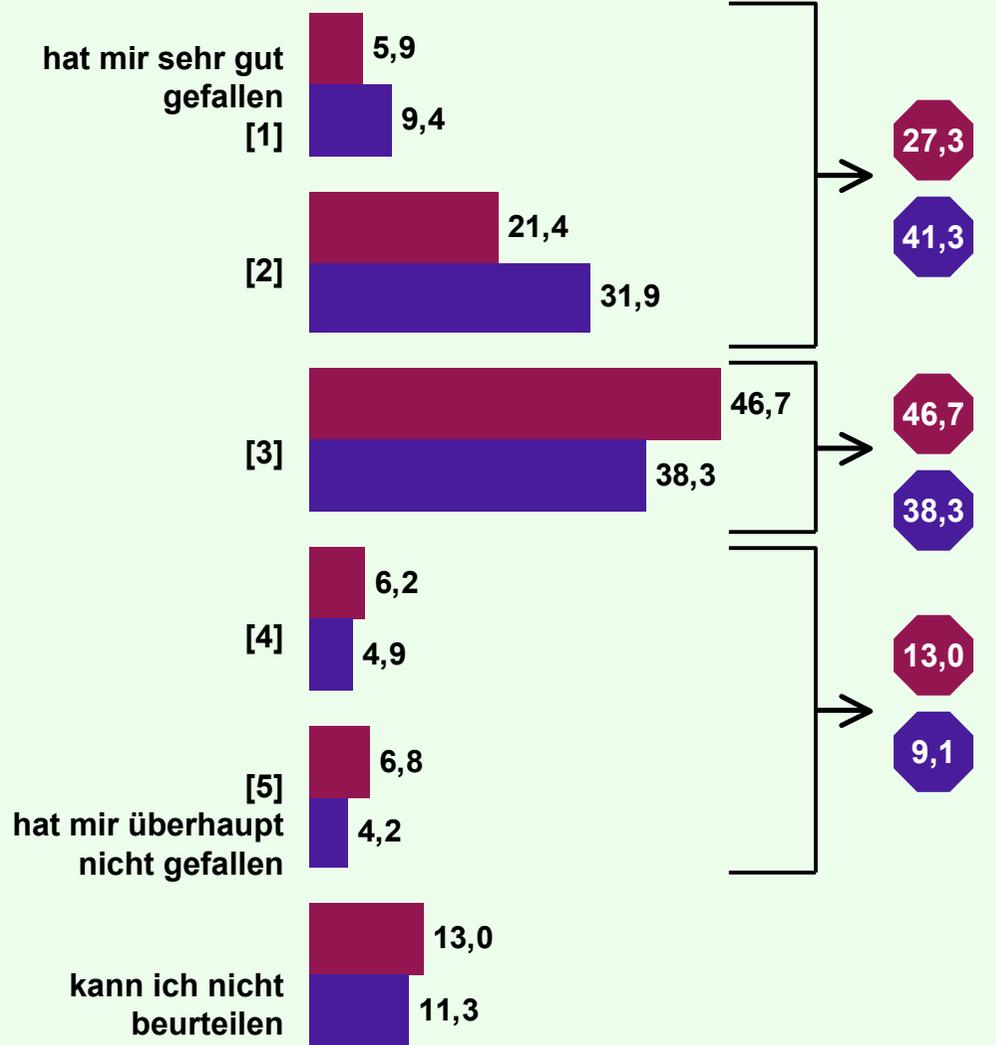
Können Sie sich an Werbung Ihres Stromversorgers in letzter Zeit erinnern?



n = 1.040 ■ Gesamt 2005  
 n = 1.040 ■ Gesamt 2004

Frage 15, 15.2  
 Angaben in Prozent

Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?

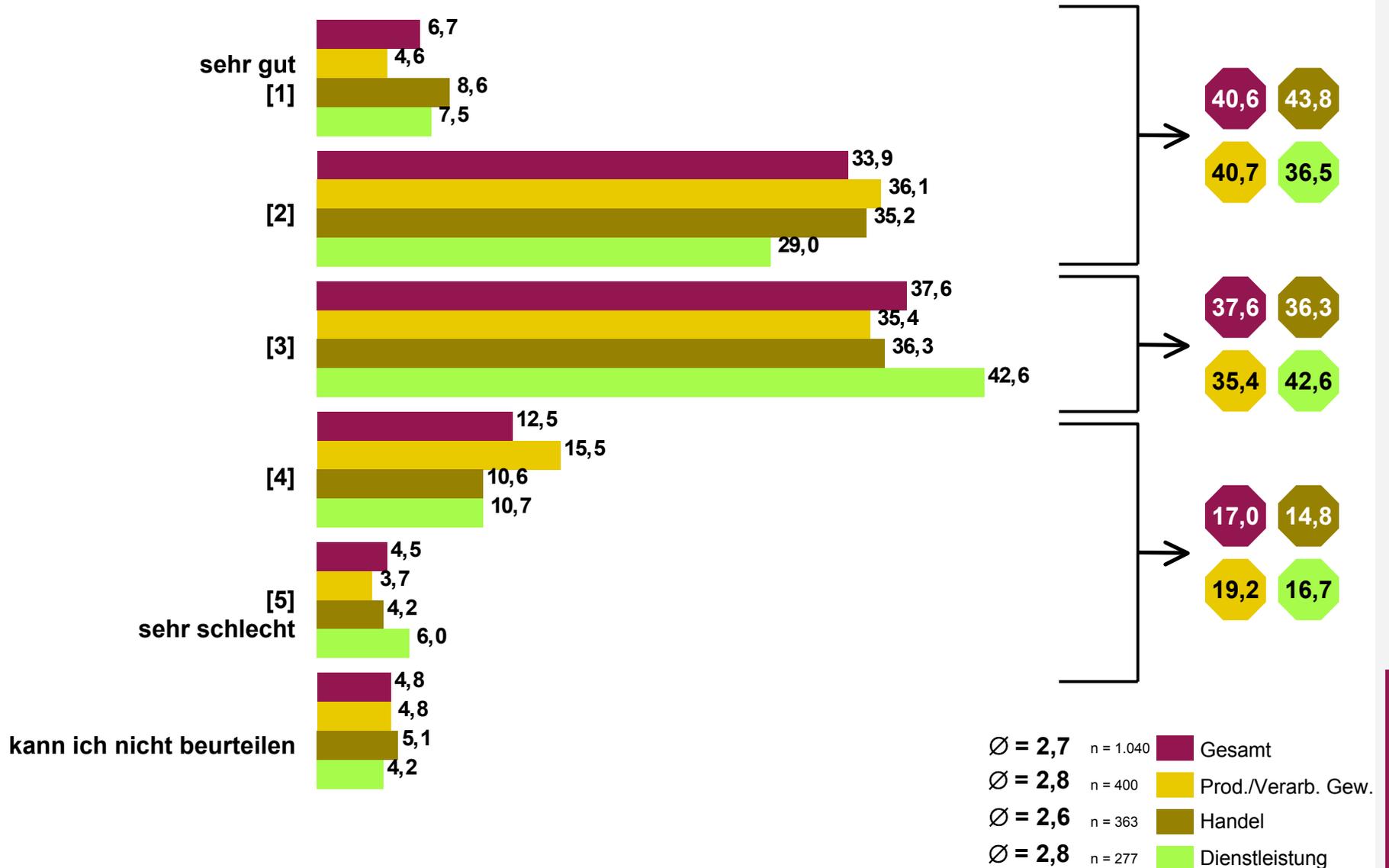


Ø = 2,8 n = 358 ■ Gesamt 2005  
 Ø = 2,6 n = 421 ■ Gesamt 2004



# Gesamtzufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt des Stromversorgers

Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Stromversorgers?

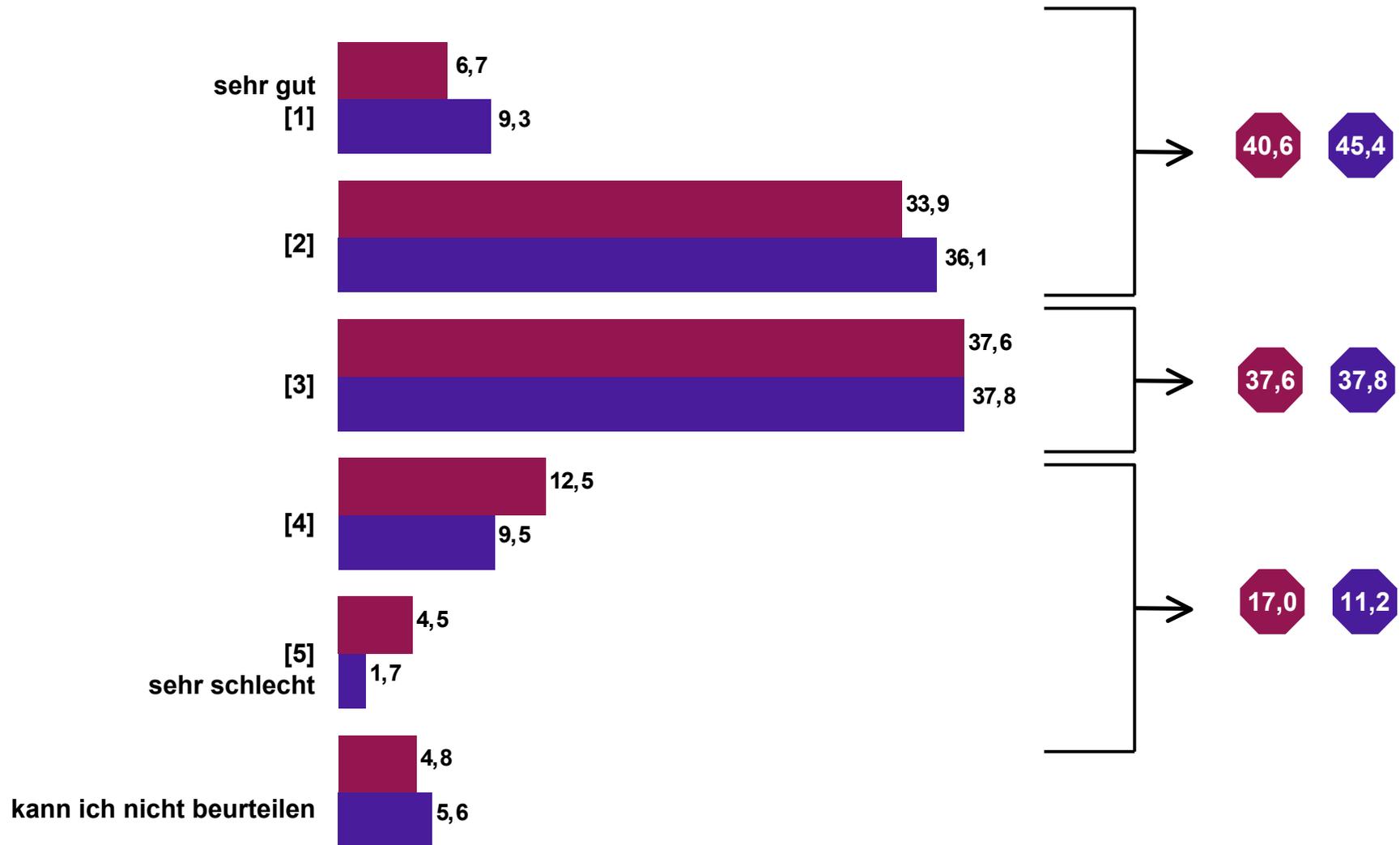


Frage 16

Angaben in Prozent

# Gesamtzufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt des Stromversorgers (Vergleich)

Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Stromversorgers?

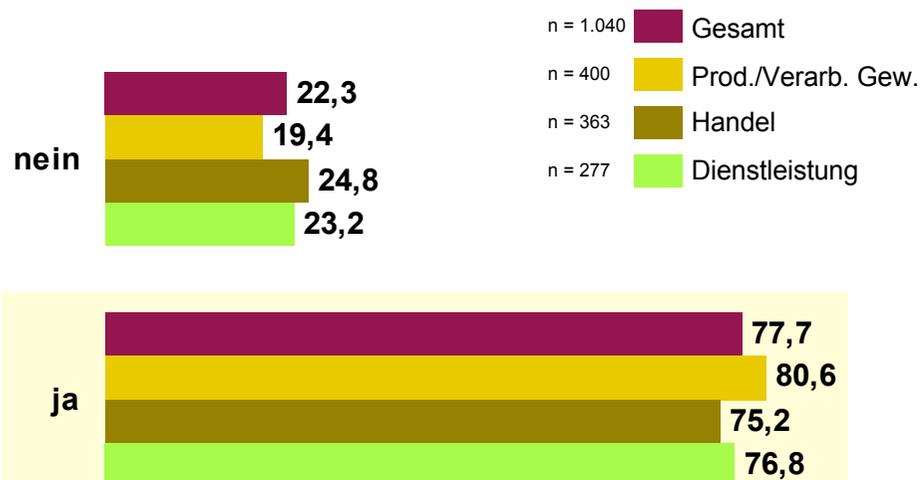


$\emptyset = 2,7$  n = 1.040 ■ Gesamt 2005  
 $\emptyset = 2,6$  n = 1.040 ■ Gesamt 2004

Frage 16

Angaben in Prozent

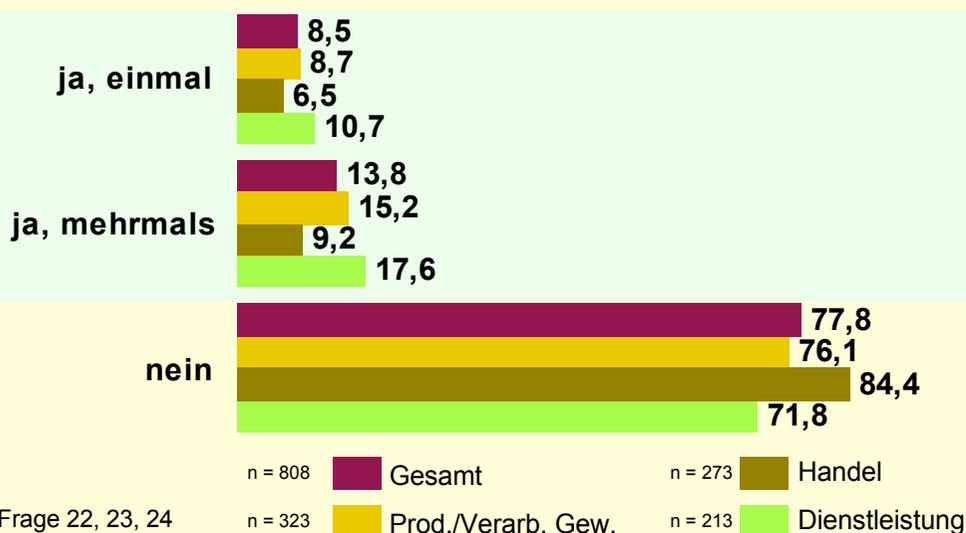
Verfügen Sie in Ihrem Betrieb über einen Internetzugang?



Aus welchem Grund haben Sie die Internet-Seite Ihres Stromversorgers schon besucht?  
(die vier häufigsten Nennungen)



Haben Sie die Internet-Seite Ihres Stromversorgers schon einmal oder mehrmals besucht?



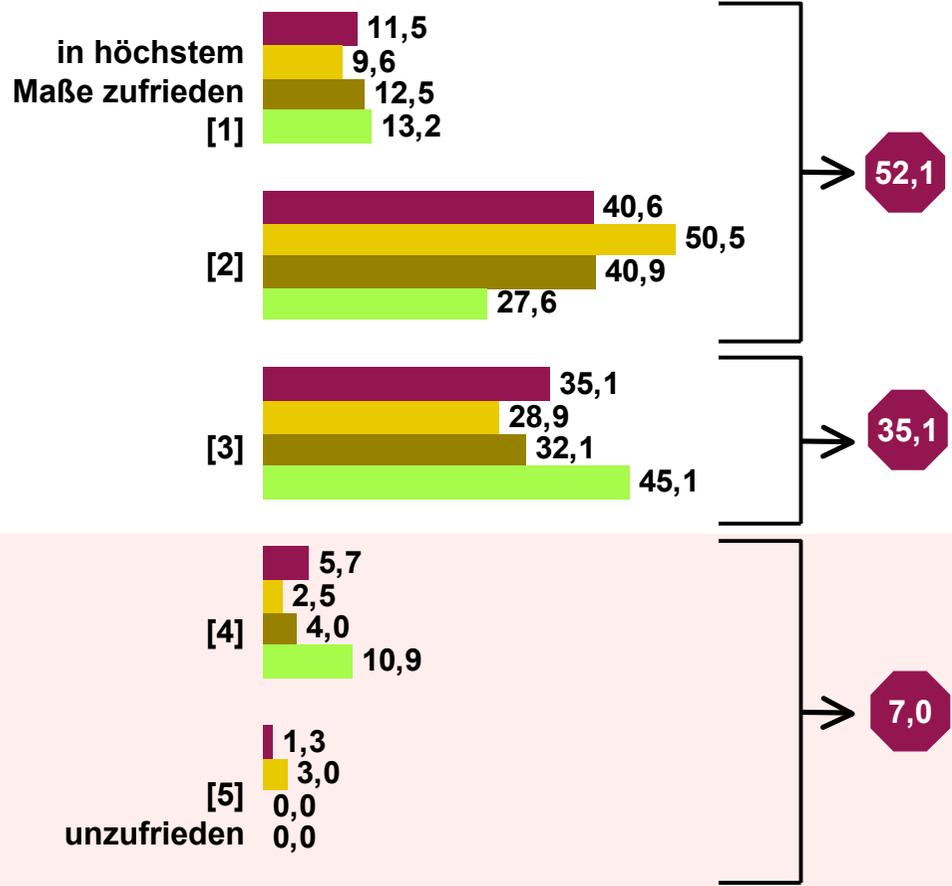
Frage 22, 23, 24

Angaben in Prozent

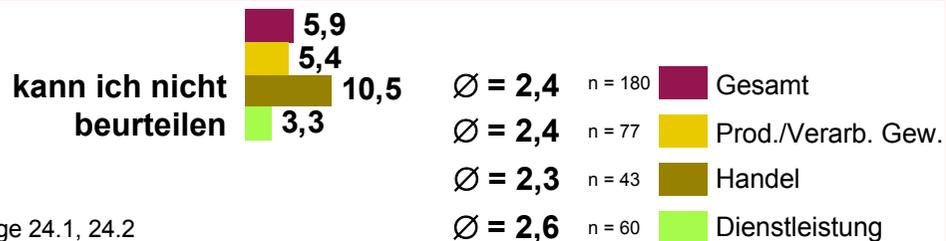
# Gesamtbewertung des Internet-Auftritts des Stromversorgers

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Webseite Ihres Stromversorgers?

Aus welchen Gründen sind Sie nicht völlig zufrieden mit der Webseite Ihres Stromversorgers?



Die Befragten bemängelten vor allem die Unübersichtlichkeit der Webseite (86,6%).



Frage 24.1, 24.2

Angaben in Prozent

n = 12

## **Bekanntheit von Stromversorgern und Wahrnehmungsquellen**

e.on verfügt über den höchsten ungestützten Bekanntheitsgrad (51,7%), gefolgt von Yello (50,4%) und den Stadtwerken (38,3%).

Die Stromversorger werden vornehmlich über Artikel bzw.

Berichterstattungen in Tageszeitungen (26,4%) und über Anzeigen in Tageszeitungen (18,7%) wahrgenommen. 13,3% der Befragten in den Betrieben haben in letzter Zeit nichts über ihren Stromversorger gehört, gesehen oder gelesen.

## **Gesamtzufriedenheit mit der Werbung und dem öffentlichen Auftritt der Stromversorger**

Nur rund ein Drittel aller Gewerbekunden (34,4%) erinnern sich an Werbung ihres Stromversorgers. Tageszeitungen (28,5%) sind hier die wichtigste Wahrnehmungsquelle, gefolgt von Plakaten (25,1%) und Mailing-Aktionen (25,0%). Nur 27,3% hat die Werbung gut (21,4%) oder sehr gut (5,9%) gefallen – Durchschnittsbewertung 2,8.

Der öffentliche Auftritt wird nur von 40,6% der Kunden als gut oder sehr gut empfunden ( $\bar{x}$  2,7).

## **Internetnutzung & die Stromversorger im Internet**

Mehr als drei Viertel der Befragten in den Betrieben verfügt über einen Internetzugang (77,7,0%), davon haben jedoch weniger als ein Viertel die Seite ihres Stromversorgers einmal (8,5%) oder mehrmals (13,8%) besucht. Die Mehrheit dieser Gruppe suchte die Internet-Seite ihres Stromversorgers zur Einholung von allgemeinen Informationen auf. Insgesamt wird die Internetseite des Stromversorgers von 52,1% der Befragten als gut (40,6%) oder sehr gut (11,5%) bewertet. Nur 7,0% der Befragten vergaben die beiden unteren Noten.

**Image des Stromversorgers**

**Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit**

**Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses**

**Ansprechpartner bei dem Stromversorger**

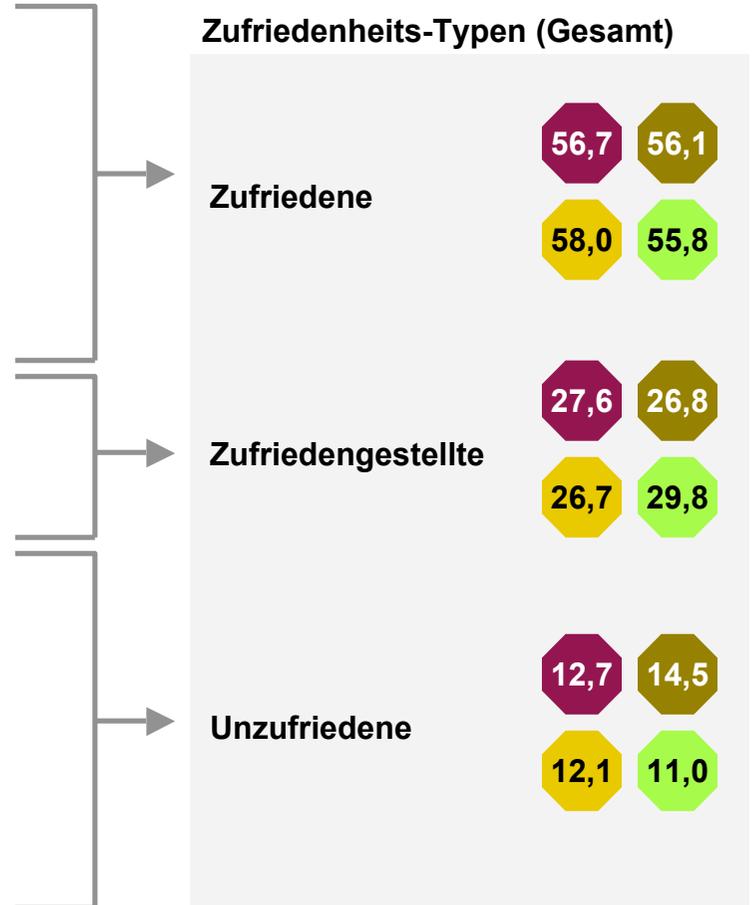
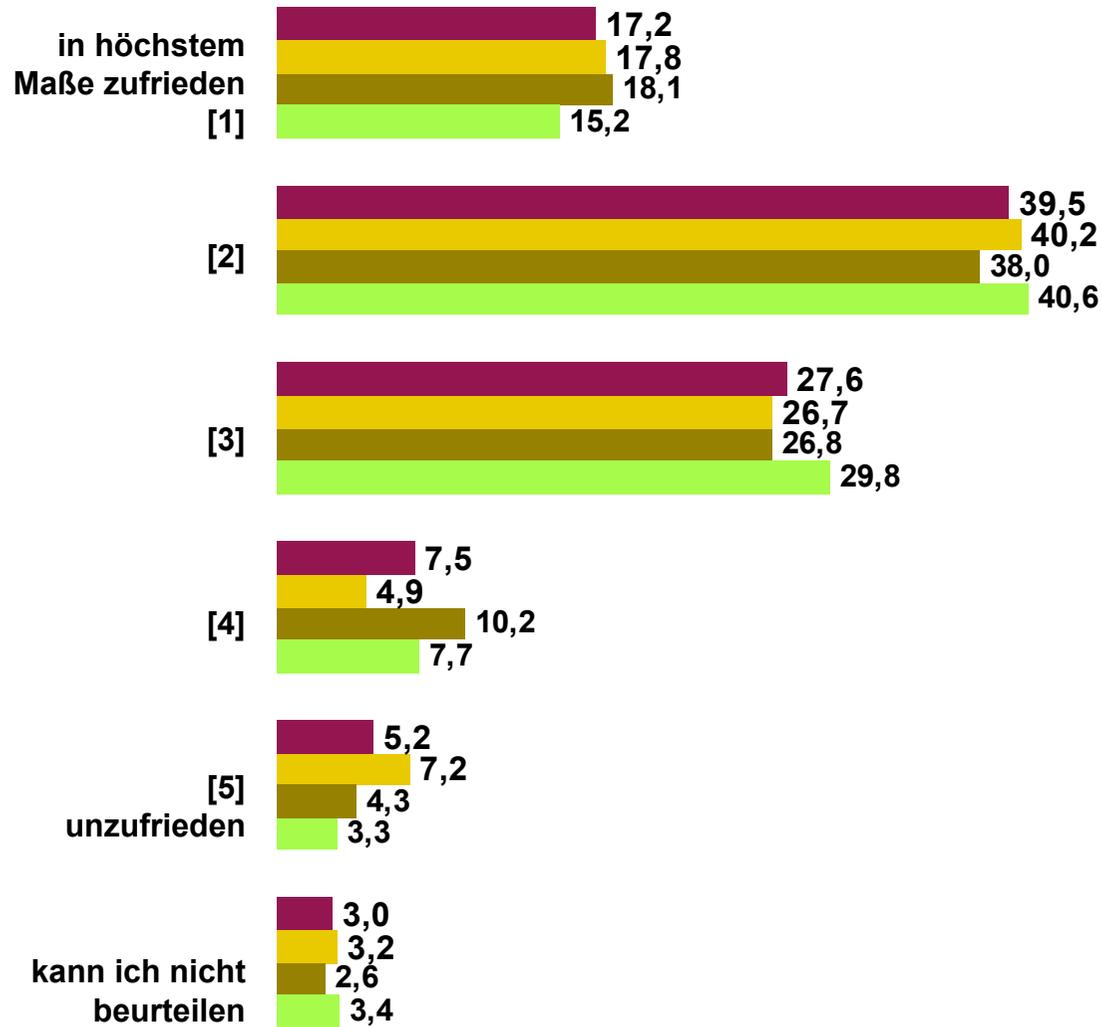
**Kontakte mit dem Stromversorger (Häufigkeit, Anlass und Bewertung)**

**Gesamtzufriedenheit**

**Zusammenfassung der Ergebnisse - Einflussgrößen der Kundenbeziehung**

# A'Priori-Zufriedenheit mit dem Stromversorger

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



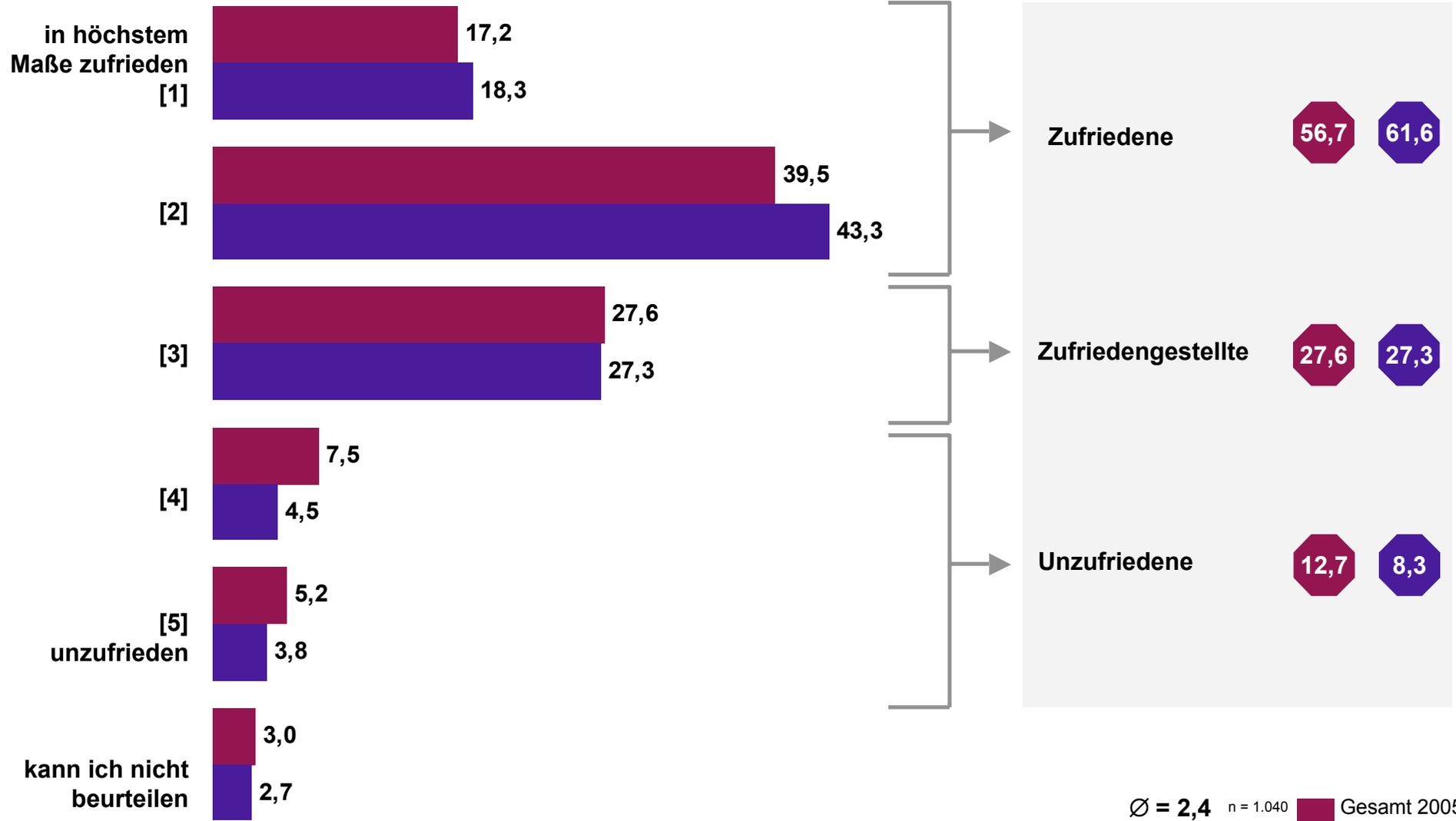
$\bar{x} = 2,4$  n = 1.040 ■ Gesamt  
 $\bar{x} = 2,4$  n = 400 ■ Prod./Verarb. Gew.  
 $\bar{x} = 2,4$  n = 363 ■ Handel  
 $\bar{x} = 2,4$  n = 277 ■ Dienstleistung

Frage 13

Angaben in Prozent

# A'Priori-Zufriedenheit mit dem Stromversorger - Jahresvergleich

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



Ø = 2,4 n = 1.040 ■ Gesamt 2005  
 Ø = 2,3 n = 1.040 ■ Gesamt 2004

Frage 13

Angaben in Prozent

# Image des Stromversorgers (Teil 1)

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

2,8

... ist ein leistungsfähiges Unternehmen



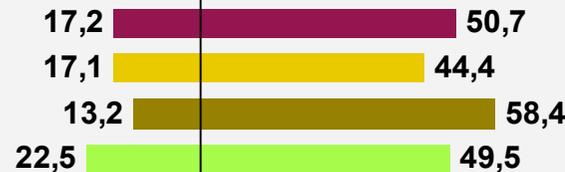
2,9

... ist ein zuverlässiger Versorger



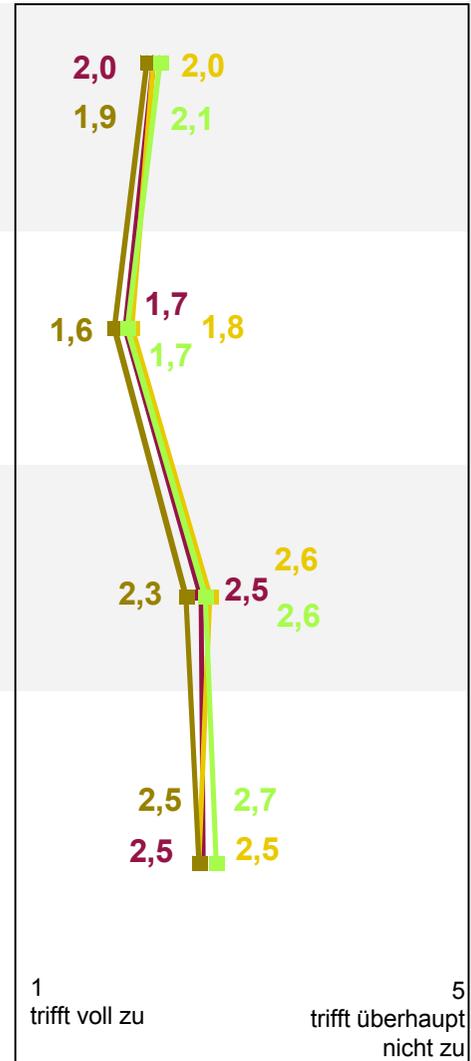
4,6

... arbeitet unbürokratisch



9,5

... ist innovativ



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

Frage 17

Angaben in Prozent

# Image des Stromversorgers (Teil 2)

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

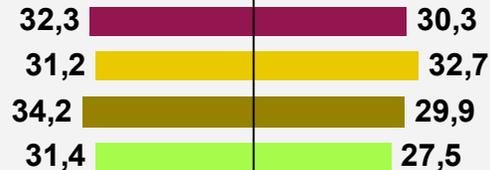
**3,5** ... ist kundenfreundlich



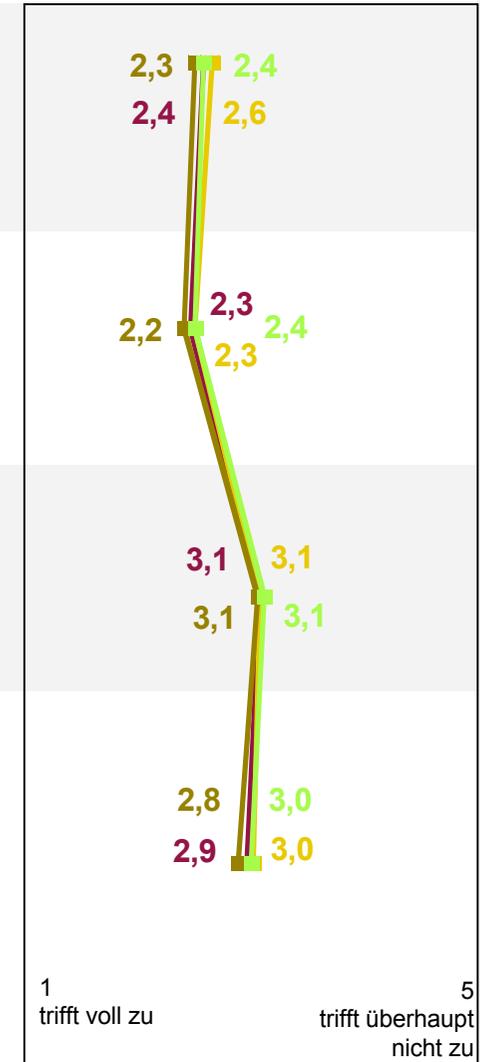
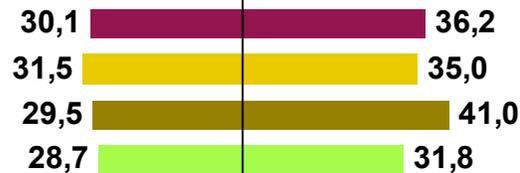
**2,9** ... ist ein kompetenter Partner seiner Kunden



**7,8** ... bietet eine leistungsgerechte Preisgestaltung



**7,6** ... betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

Frage 17

Angaben in Prozent

# Image des Stromversorgers (Teil 3)

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

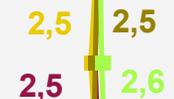
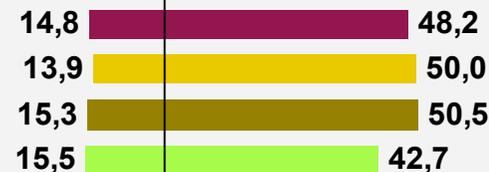
4,1 ... ist wichtig für die Region



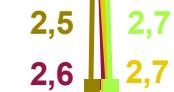
27,8 ... sorgt für eine umwelt-schonende Stromerzeugung



4,7 ... ist sympathisch



1,8 ... hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

1 trifft voll zu | 5 trifft überhaupt nicht zu

Frage 17

Angaben in Prozent

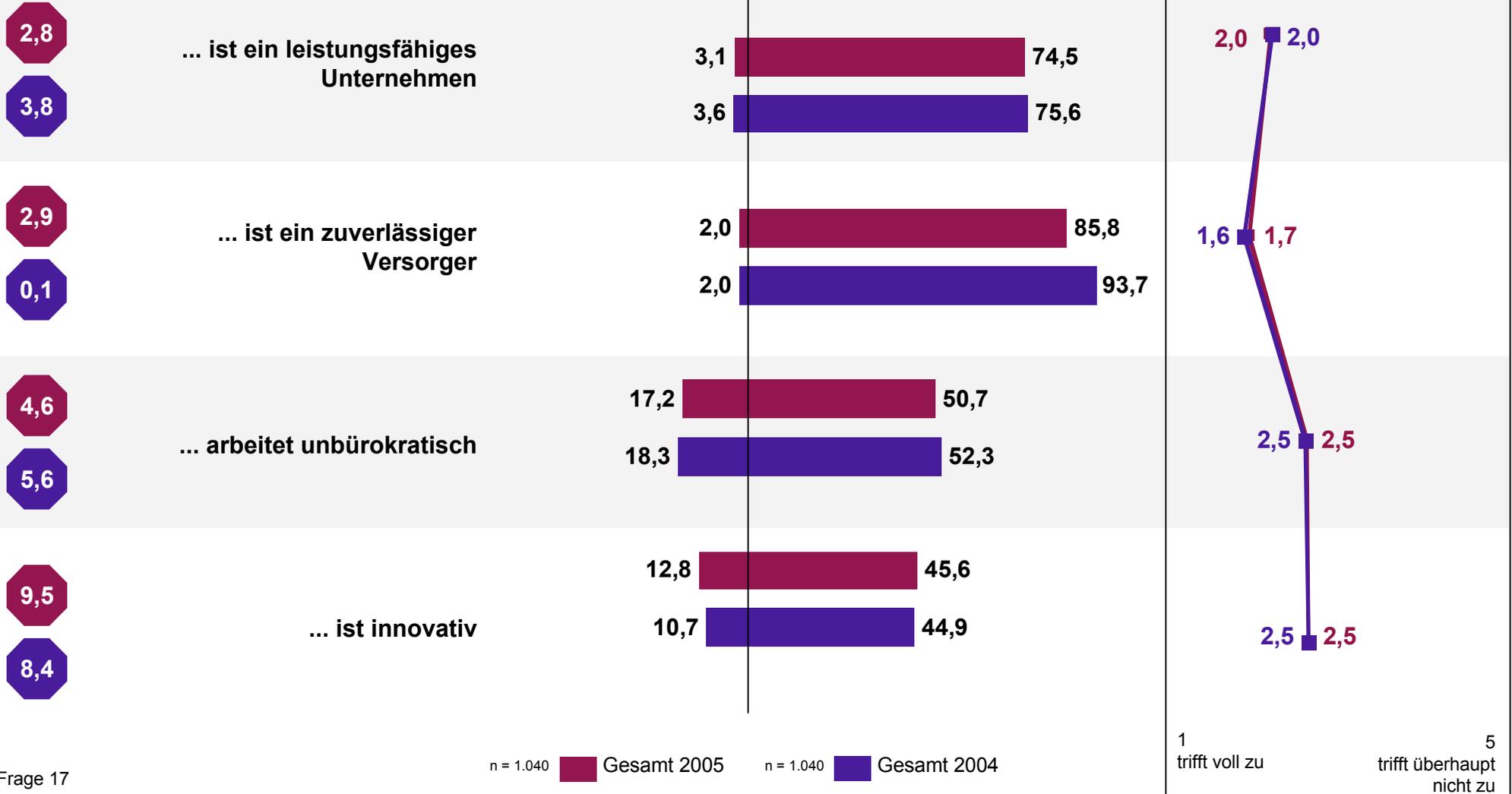
# Image des Stromversorgers (Teil 1) – Jahresvergleich

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung



Frage 17

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2005 | n = 1.040 Gesamt 2004

# Image des Stromversorgers (Teil 2) – Jahresvergleich

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

3,5

... ist kundenfreundlich

16,1 | 56,9

1,7

10,5 | 65,5

2,9

... ist ein kompetenter Partner  
seiner Kunden

10,9 | 61,9

4,0

6,7 | 65,7

7,8

... bietet eine leistungs-  
gerechte Preisgestaltung

32,3 | 30,3

7,4

22,7 | 37,0

7,6

... betreibt eine offene und  
ehrliche Informationspolitik

30,1 | 36,2

9,1

18,6 | 44,6

2,3 | 2,4

2,2 | 2,3

2,9 | 3,1

2,6 | 2,9

1  
trifft voll zu

5  
trifft überhaupt  
nicht zu

Frage 17

Angaben in Prozent

n = 1.040 | Gesamt 2005 | n = 1.040 | Gesamt 2004

# Image des Stromversorgers (Teil 3) – Jahresvergleich

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

4,1

2,6

... ist wichtig für die Region



1,9 | 2,1

27,8

28,3

... sorgt für eine umwelt-schonende Stromerzeugung



2,5 | 2,6

4,7

8,6

... ist sympathisch



2,4 | 2,5

1,8

2,8

... hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen



2,5 | 2,6



Frage 17

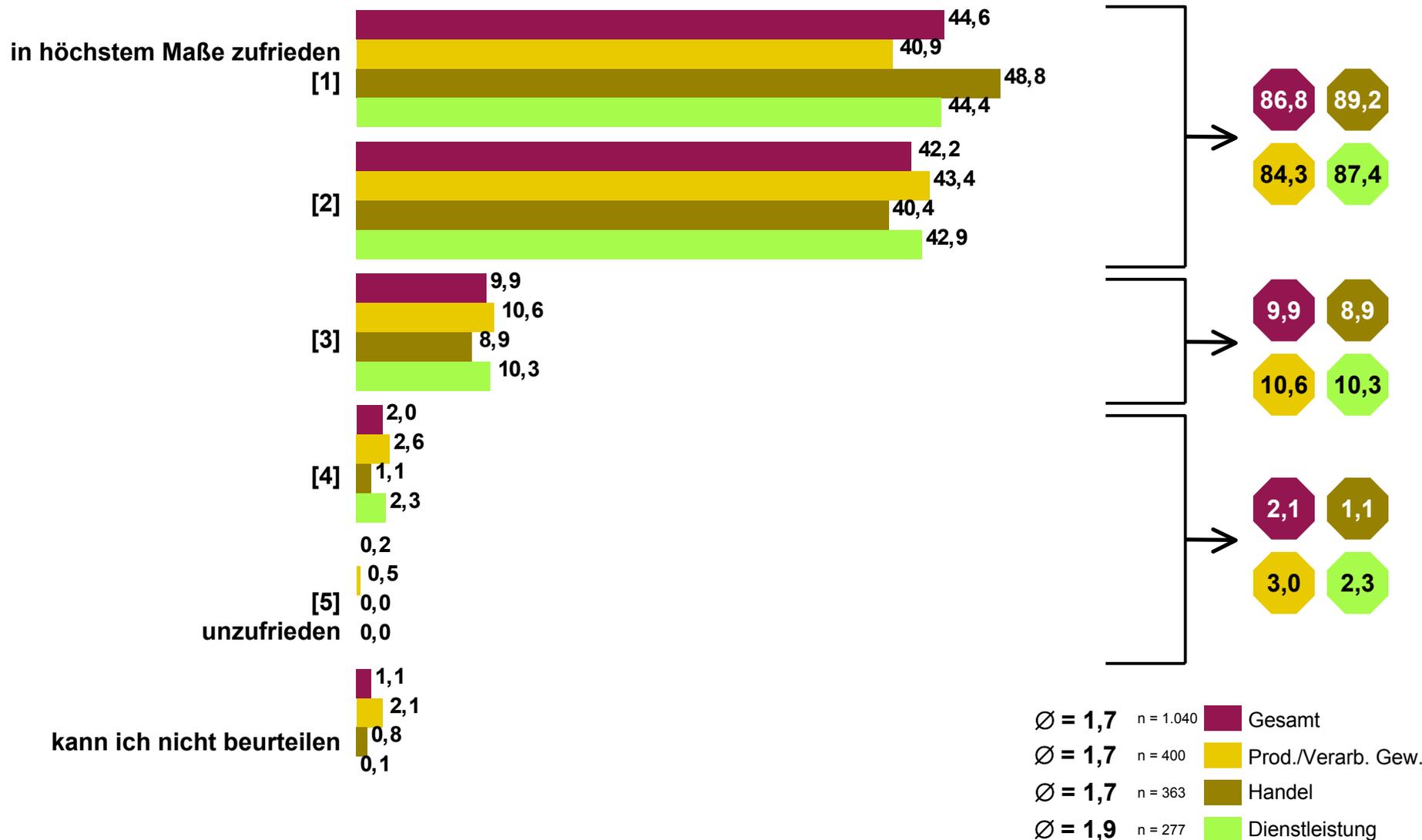
Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2005 | n = 1.040 Gesamt 2004

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Kernkompetenz

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

- ... der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung insgesamt -



Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Stromversorgung

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

23,2

... dem Informationsverhalten  
des Versorgers bei Störungen  
im Leitungsnetz



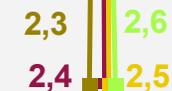
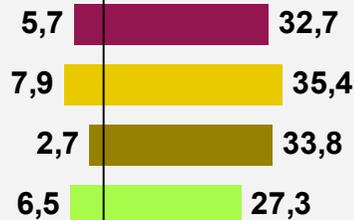
25,9

... der Geschwindigkeit der  
Störungsbehebung



45,2

... der Unterstützung des Strom-  
versorgers bei Störungen in der  
Kundenanlage



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Rechnung

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

4,5

... der Verständlichkeit der Rechnung



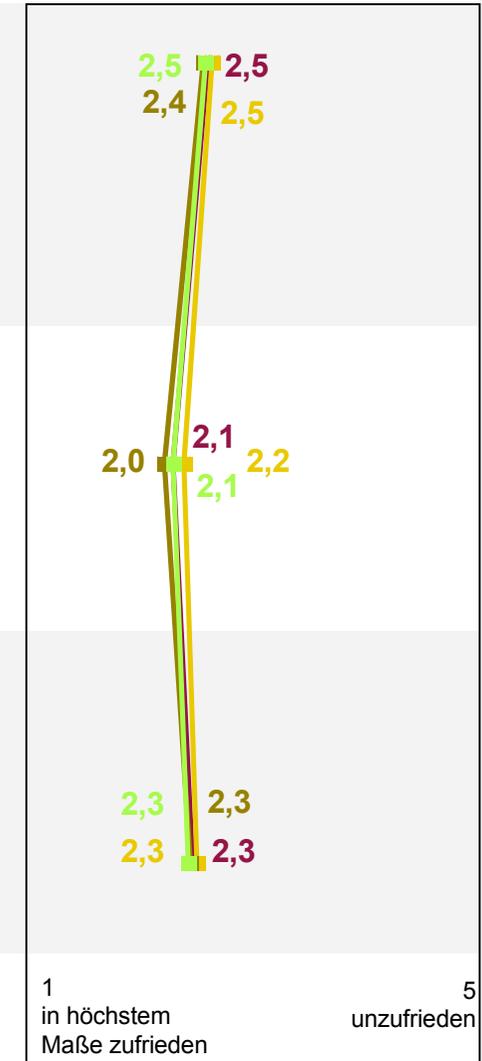
7,7

... der Korrektheit der Rechnung



21,2

... dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Preise & Verträge

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

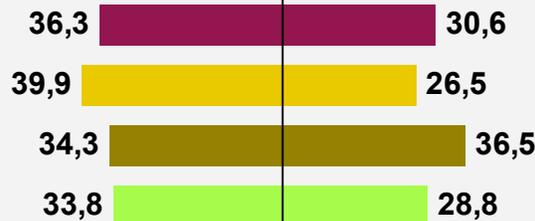
Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

5,6

... der Transparenz der Preisgestaltung



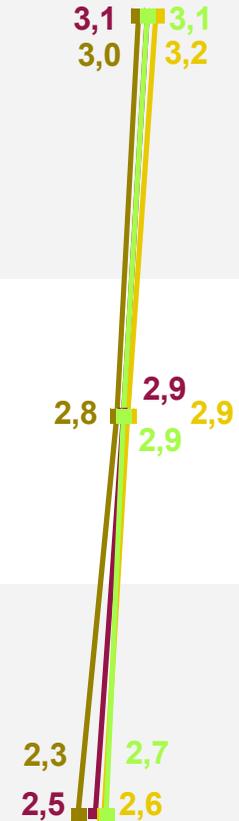
13,9

... der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung



14,5

... der Flexibilität bei den Zahlungsmodalitäten (Konjunkturschwankungen, Jahreszeiten ...)



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Erreichbarkeit & Termine

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

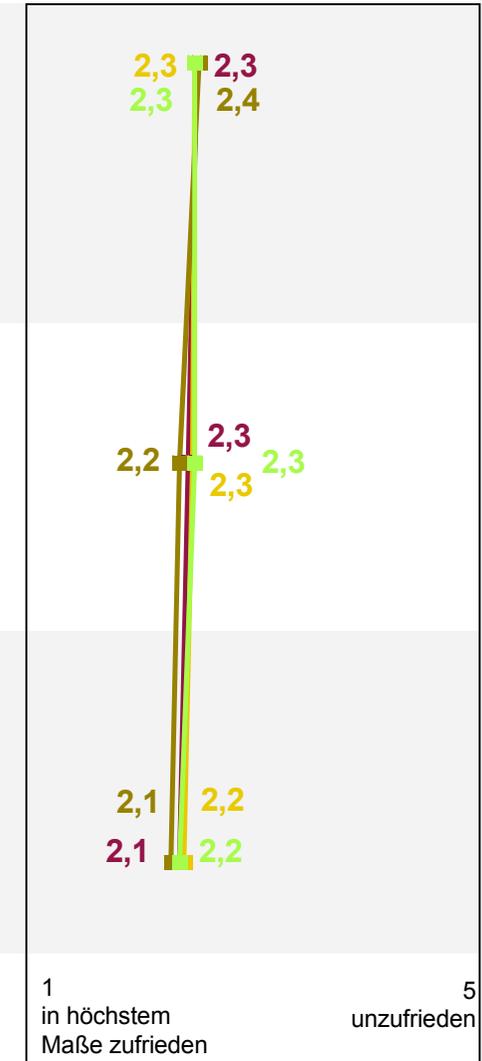
**10,0** ... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Stromversorger



**17,0** ... den Geschäftszeiten Ihres Stromversorgers



**24,5** ... der Einhaltung abgesprochener Termine



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Mitarbeitermerkmale

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

8,8

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter



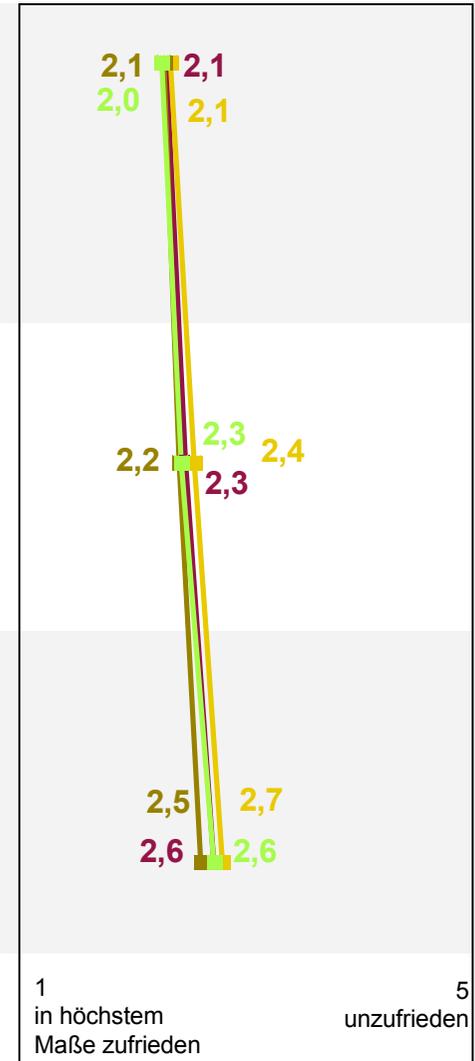
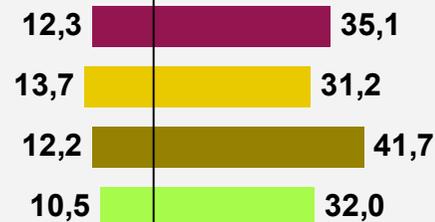
13,0

... dem Einsatz der Mitarbeiter



31,1

... dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen



n = 1.040 Gesamt  
n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew.  
n = 277 Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden  
5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Beratungskompetenz

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

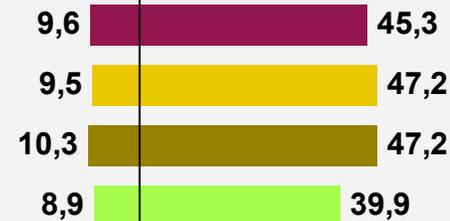
Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

22,1

... der Verständlichkeit von  
Beratungsleistungen Ihres  
Stromversorgers



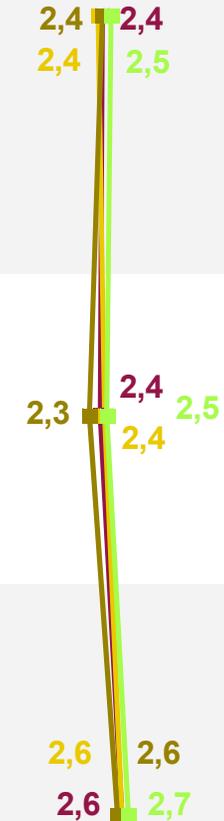
20,7

... der Beratungskompetenz Ihres  
Stromversorgers allgemein



33,3

... der Beratungskompetenz Ihres  
Stromversorgers bzgl. der  
Besonderheiten Ihrer Branche



n = 1.040 Gesamt  
n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew.  
n = 277 Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden  
5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Beratungsumfang & -qualität

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

21,8

... dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebot



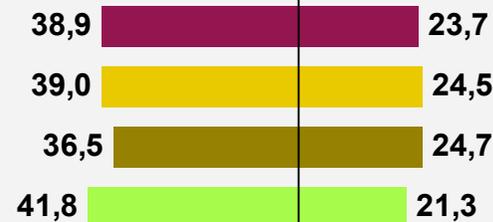
23,4

... der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebot



11,1

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



n = 1.040 Gesamt | n = 363 Handel  
n = 400 Prod./Verarb. Gew. | n = 277 Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

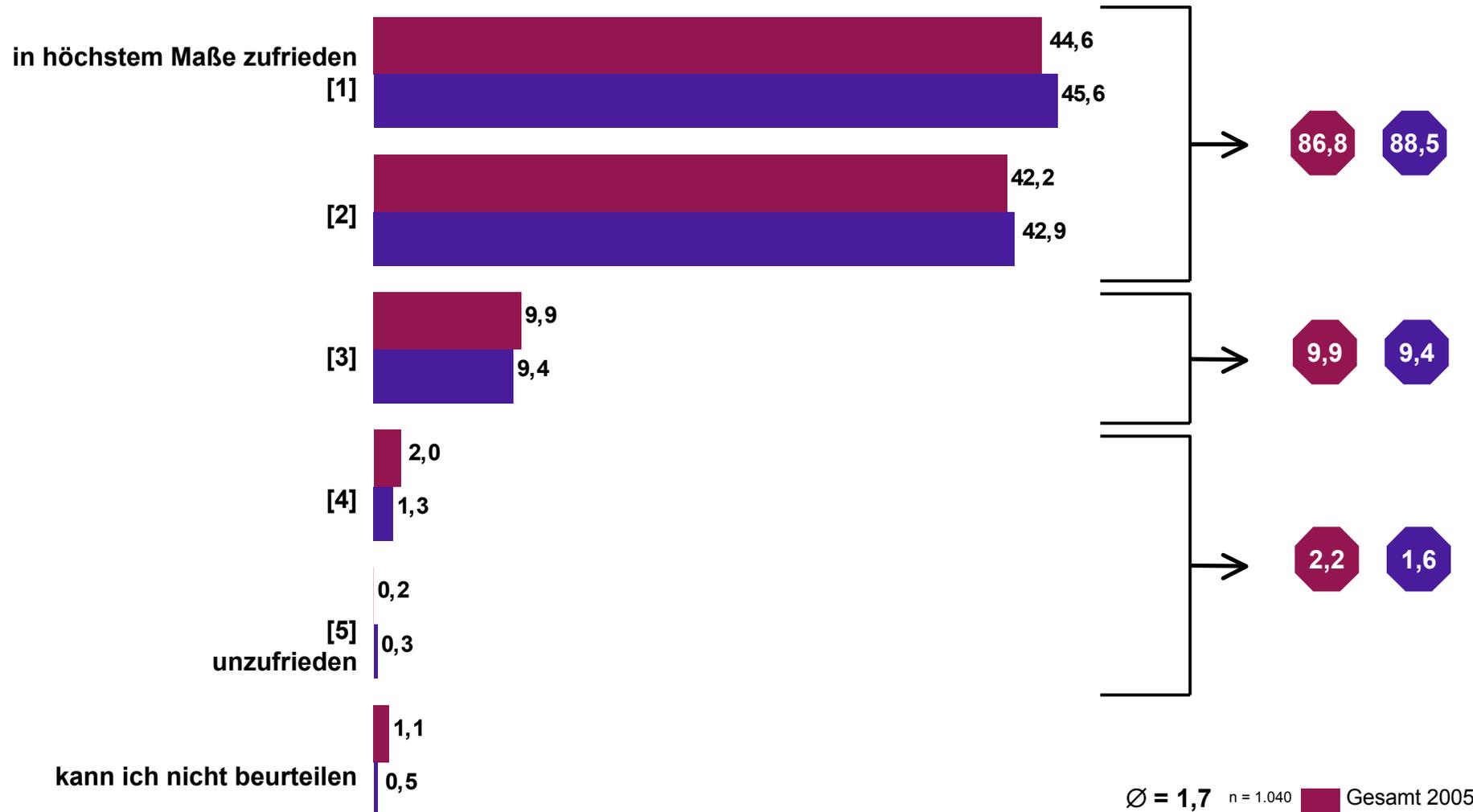
Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Kernkompetenz (Vergleich)

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

- ... der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung insgesamt -



Frage 18

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Stromversorgung (Vergleich)

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

23,2

23,5

... dem Informationsverhalten  
des Versorgers bei Störungen  
im Leitungsnetz



25,9

23,9

... der Geschwindigkeit der  
Störungsbehebung



45,2

42,2

... der Unterstützung des  
Stromversorgers bei  
Störungen in der  
Kundenanlage



2,4 | 2,7

2,1 | 2,4

2,4 | 2,4

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2005 | n = 1.040 Gesamt 2004

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Rechnung (Vergleich)

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

4,5

2,6

... der Verständlichkeit der Rechnung



7,7

5,2

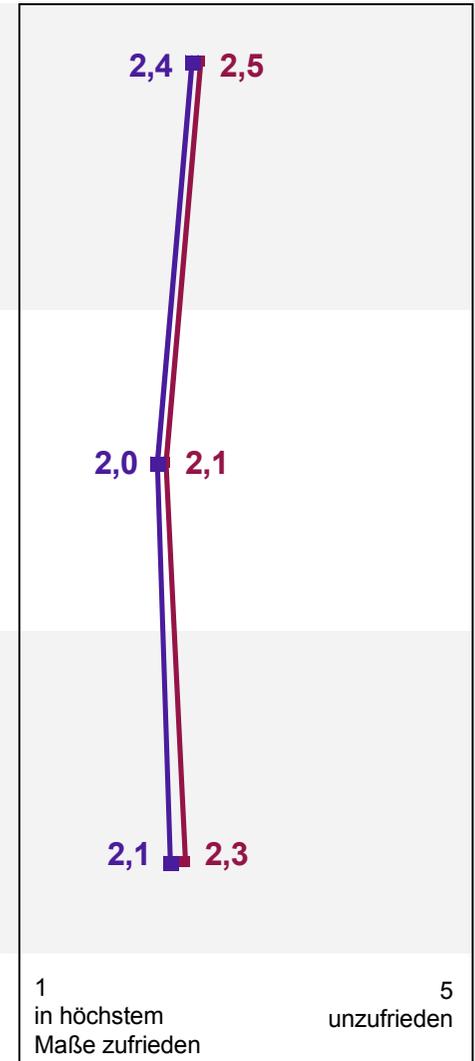
... der Korrektheit der Rechnung



21,2

18,6

... dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung



Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 ■ Gesamt 2005    n = 1.040 ■ Gesamt 2004

1 in höchstem Maße zufrieden      5 unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

5,6

... der Transparenz der Preisgestaltung



5,8

13,9

... der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung



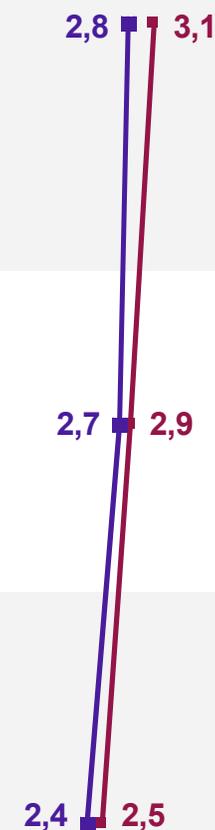
15,1

14,5

... der Flexibilität bei den Zahlungsmodalitäten (Konjunkturschwankungen, Jahreszeiten ...)



18,2



Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 ■ Gesamt 2005 | n = 1.040 ■ Gesamt 2004

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Erreichbarkeit & Termine (Vergleich)

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

10,0

8,7

... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Stromversorger



17,0

19,5

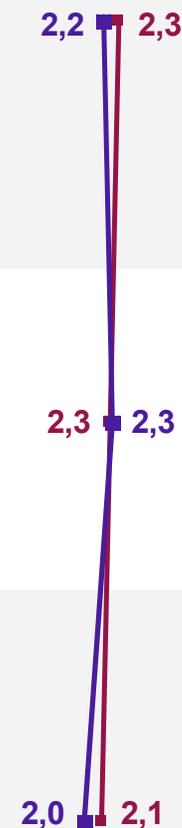
... den Geschäftszeiten Ihres Stromversorgers



24,5

18,3

... der Einhaltung abgesprochener Termine



Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 ■ Gesamt 2005    n = 1.040 ■ Gesamt 2004

1 in höchstem Maße zufrieden    5 unzufrieden

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Mitarbeitermerkmale (Vergleich)

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

8,8

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

5,7 69,7

8,4

2,9 72,2

13,0

... dem Einsatz der Mitarbeiter

8,5 55,4

11,6

5,1 67,2

31,1

... dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen

12,3 35,1

27,9

9,8 44,4

2,0 2,1

2,1 2,3

2,5 2,6

Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2005 n = 1.040 Gesamt 2004

1 in höchstem Maße zufrieden 5 unzufrieden

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Beratungskompetenz (Vergleich)

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

22,1

... der Verständlichkeit von  
Beratungsleistungen Ihres  
Stromversorgers

9,6 | 45,3

21,3

6,5 | 44,1

20,7

... der Beratungskompetenz  
Ihres Stromversorgers  
allgemein

8,5 | 47,4

20,8

6,4 | 49,5

33,3

... der Beratungskompetenz  
Ihres Stromversorgers bzgl.  
der Besonderheiten Ihrer  
Branche

12,4 | 32,1

26,0

11,1 | 38,7

2,4 | 2,4

2,3 | 2,4

2,6 | 2,6

Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2005 | n = 1.040 Gesamt 2004

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit - Beratungsumfang & -qualität (Vergleich)

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Stromversorgers? Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

21,8

19,7

... dem Umfang des  
Beratungs- und  
Dienstleistungsangebot



23,4

19,9

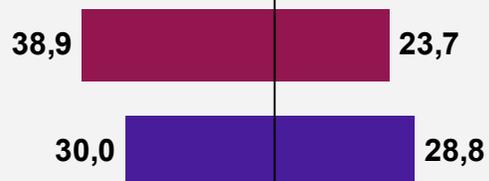
... der Qualität des Beratungs-  
und Dienstleistungsangebot



11,1

10,3

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



2,5 2,6

2,5 2,5

3,1 3,3

1 in höchstem Maße zufrieden  
5 unzufrieden

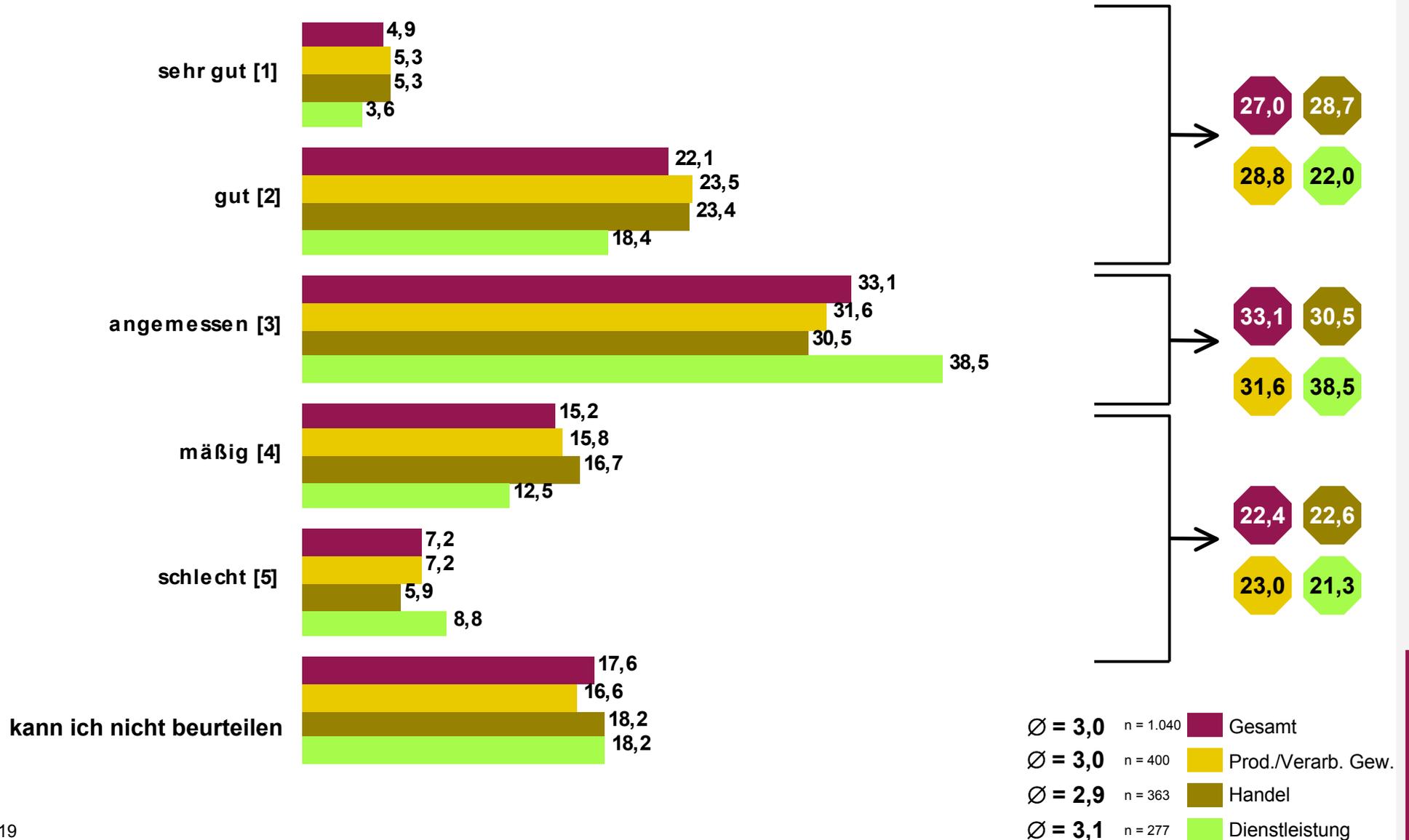
Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2005 n = 1.040 Gesamt 2004

# Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

Ist das Preis-Leistungsverhältnis Ihres Stromversorgers im Vergleich zu den Preisen anderer Stromversorger aus Ihrer Sicht ...?

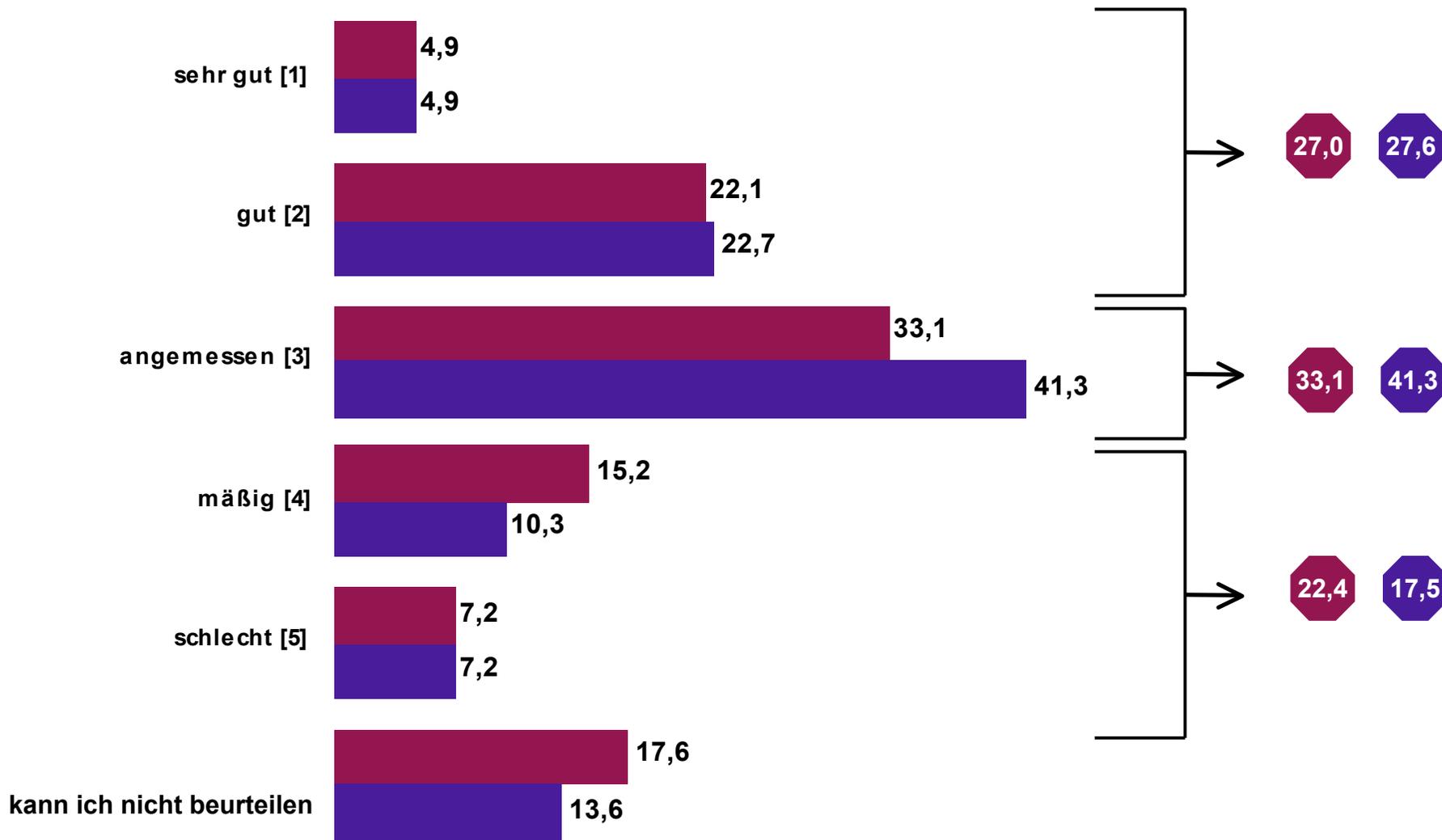


Frage 19

Angaben in Prozent

# Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses - Jahresvergleich

Ist das Preis-Leistungsverhältnis Ihres Stromversorgers im Vergleich zu den Preisen anderer Stromversorger aus Ihrer Sicht ...?

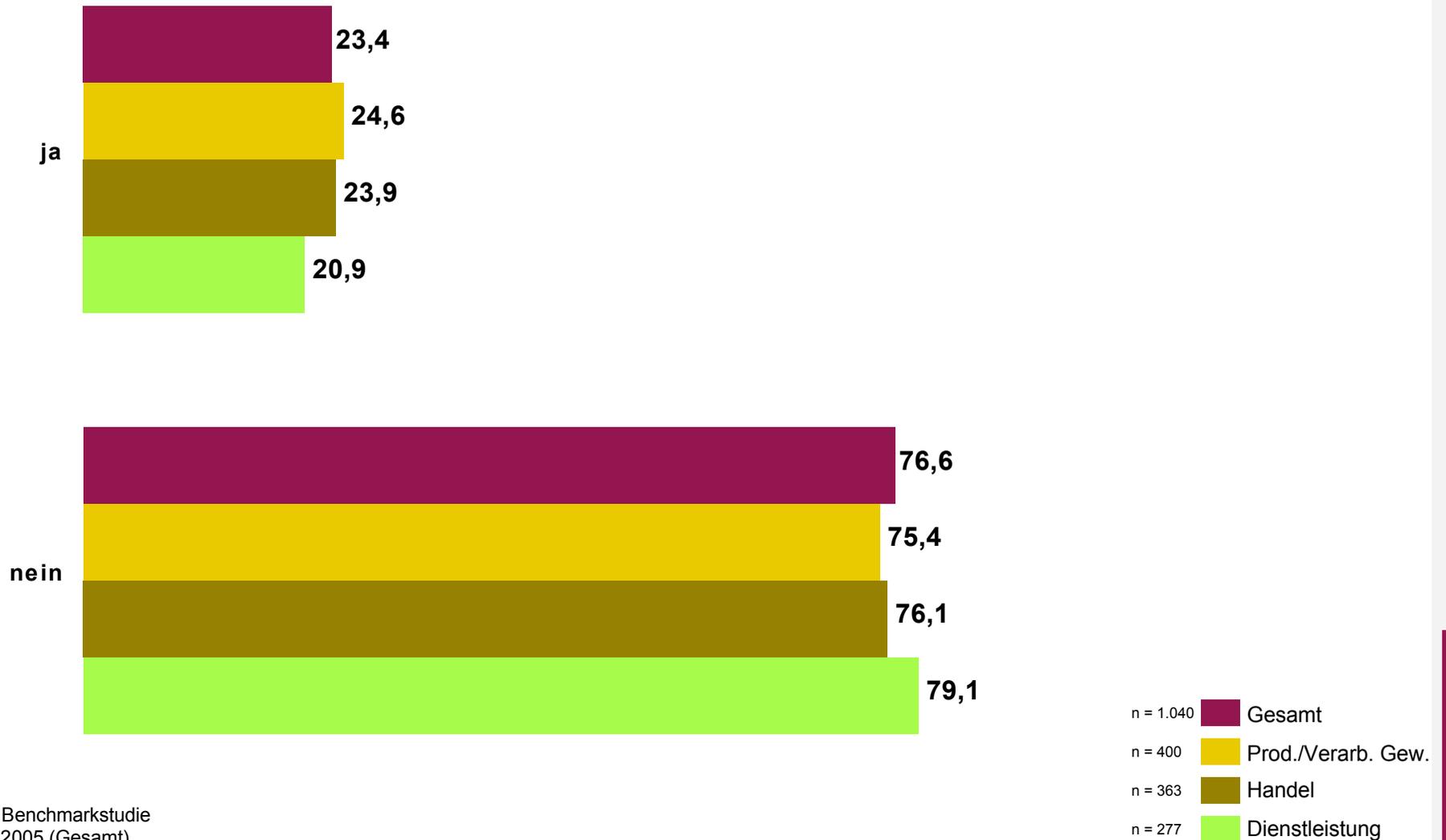


Frage 19

Angaben in Prozent

# Ansprechpartner bei dem Stromversorger

Haben Sie einen festen Ansprechpartner bei Ihrem Stromversorgungsunternehmen?



Frage 20

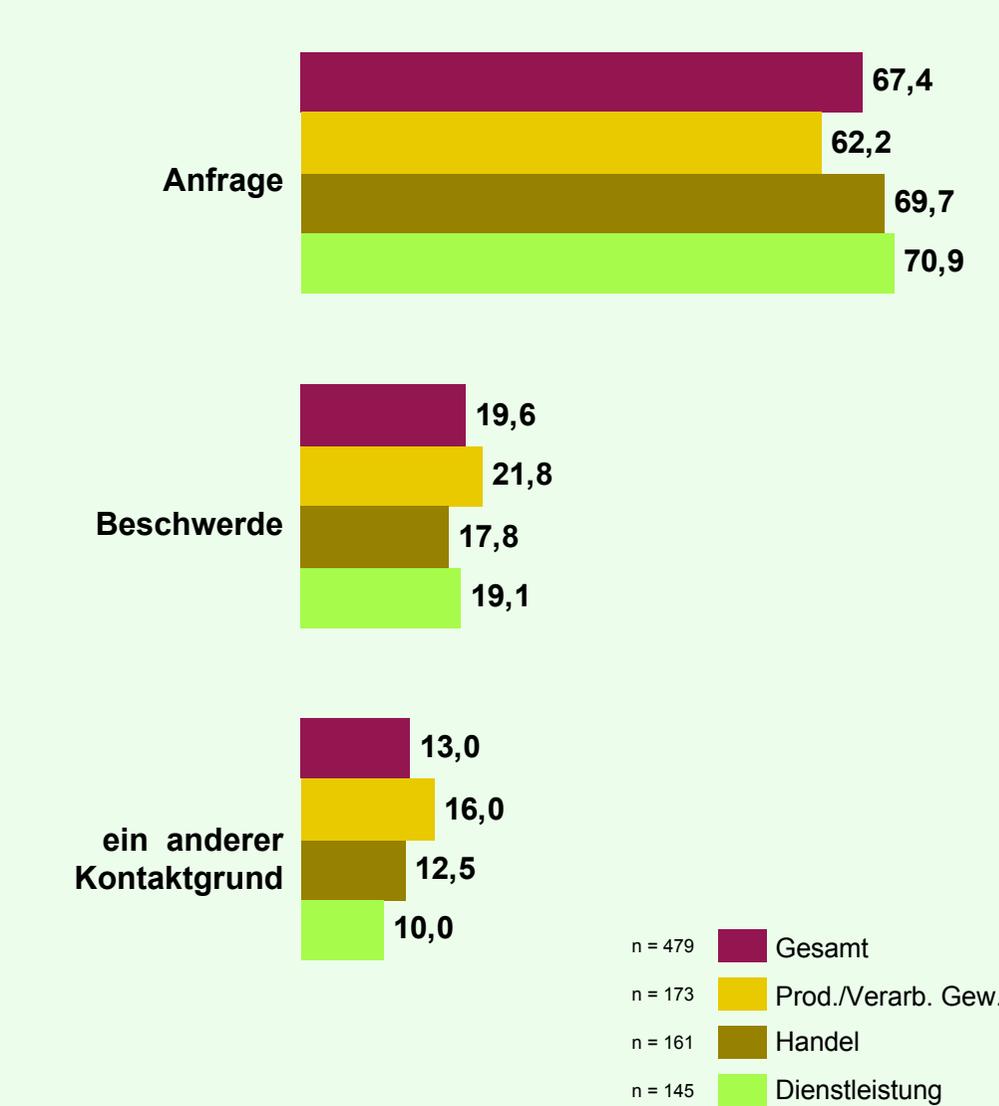
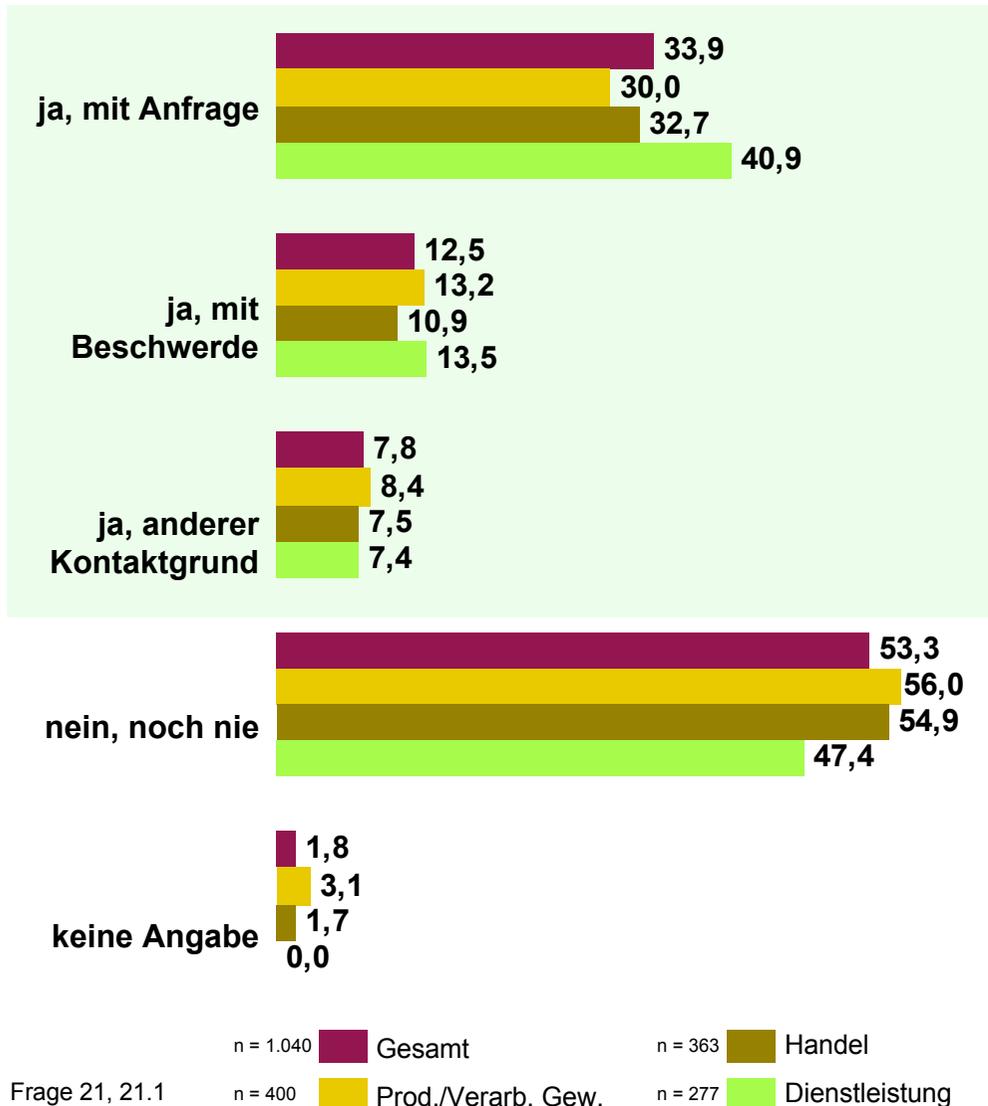
VDEW - Benchmarkstudie 2005 (Gesamt)

Angaben in Prozent

# Letzter Kontakt mit dem Stromversorger

Haben Sie sich schon einmal mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Stromversorger gewandt?

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

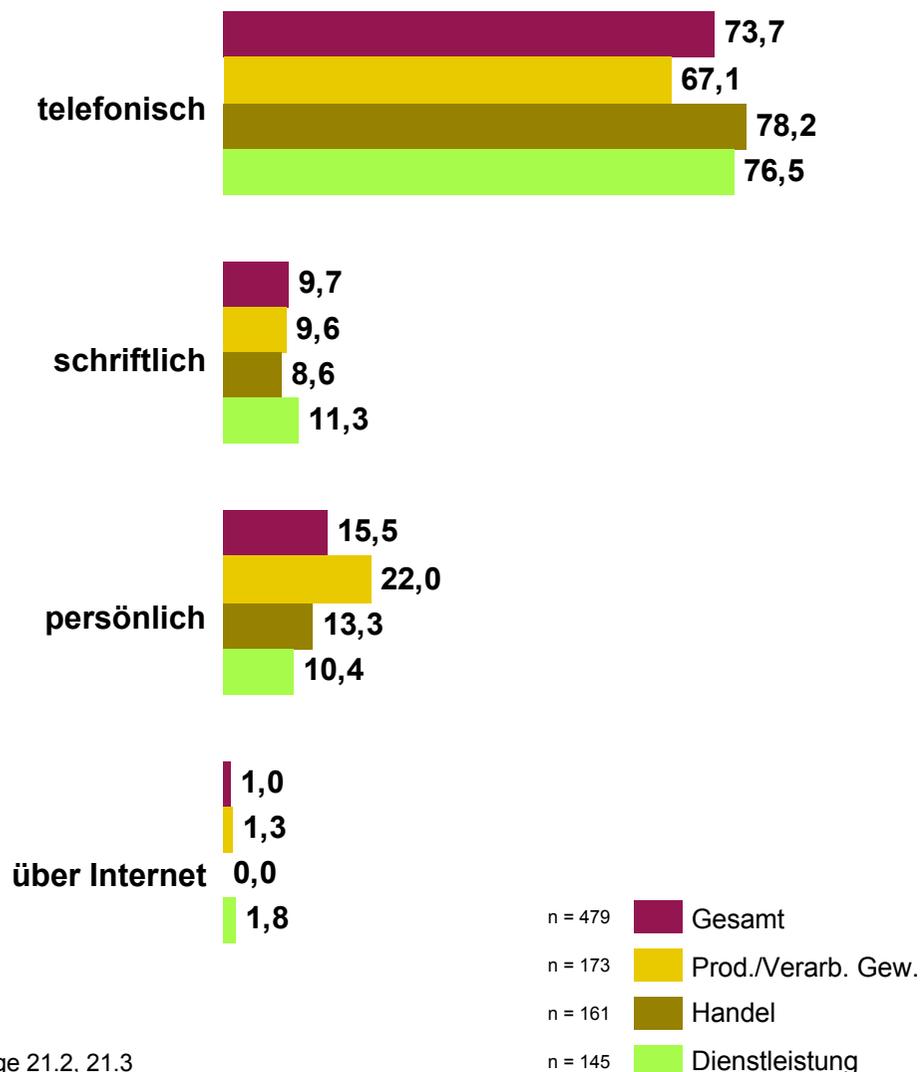


Frage 21, 21.1

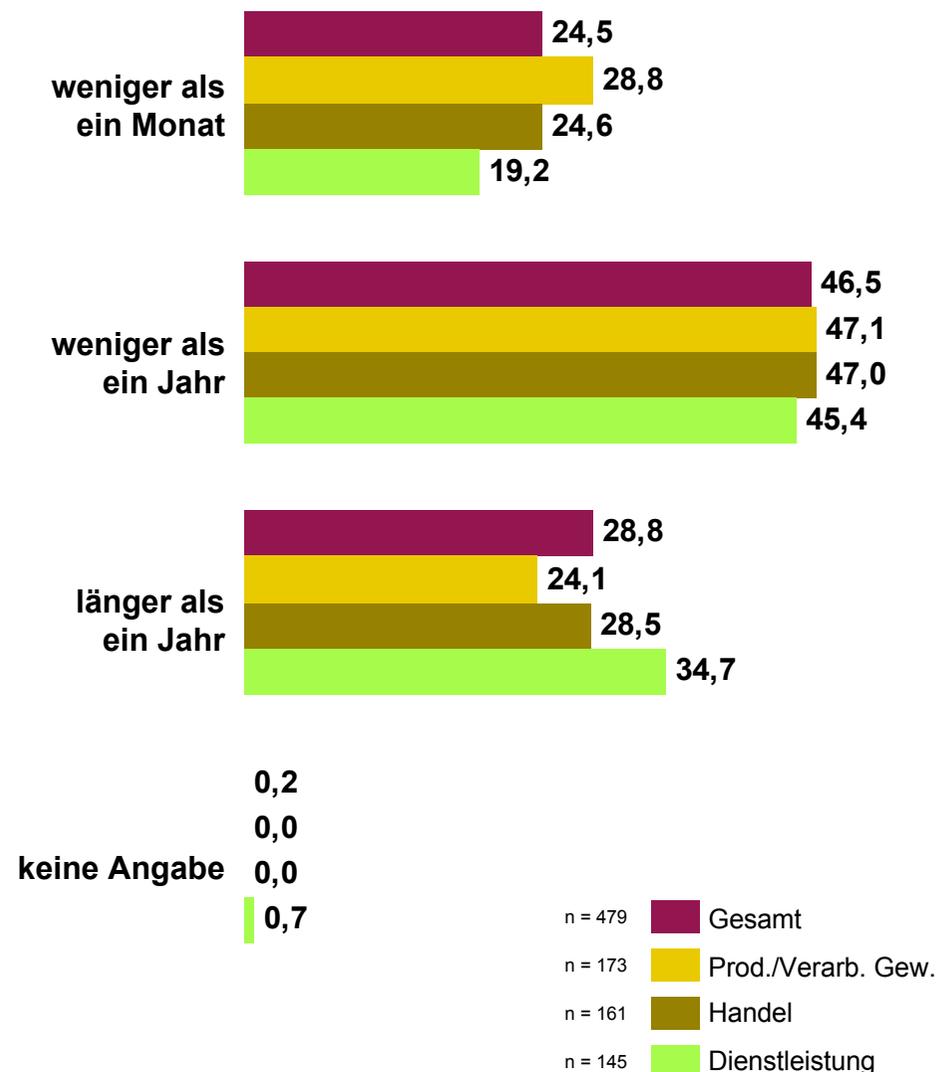
Angaben in Prozent

# Letzter Kontakt mit dem Stromversorger

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



Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Stromversorger zurück?



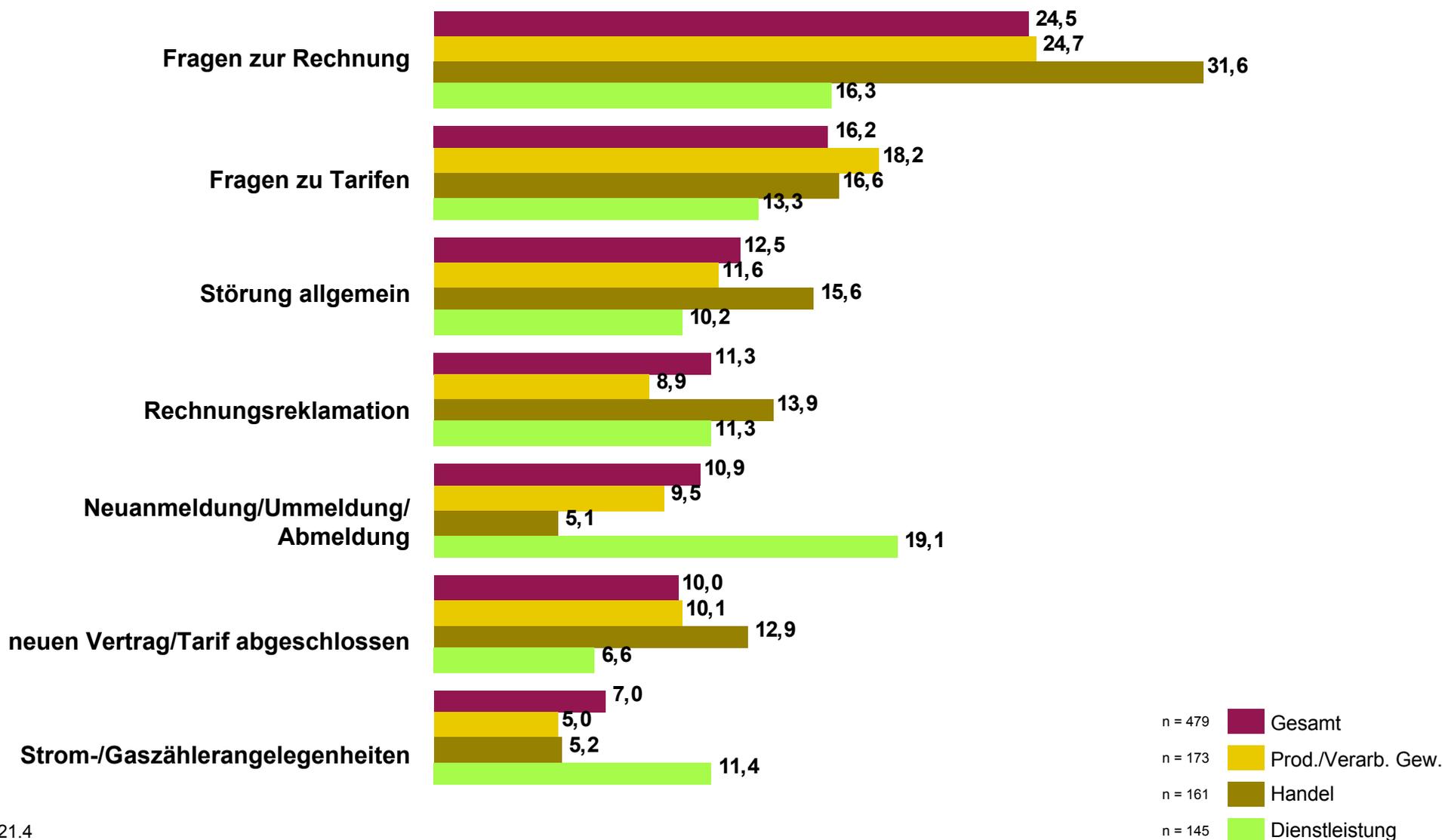
Frage 21.2, 21.3

Angaben in Prozent



# Inhalt des Kontaktes

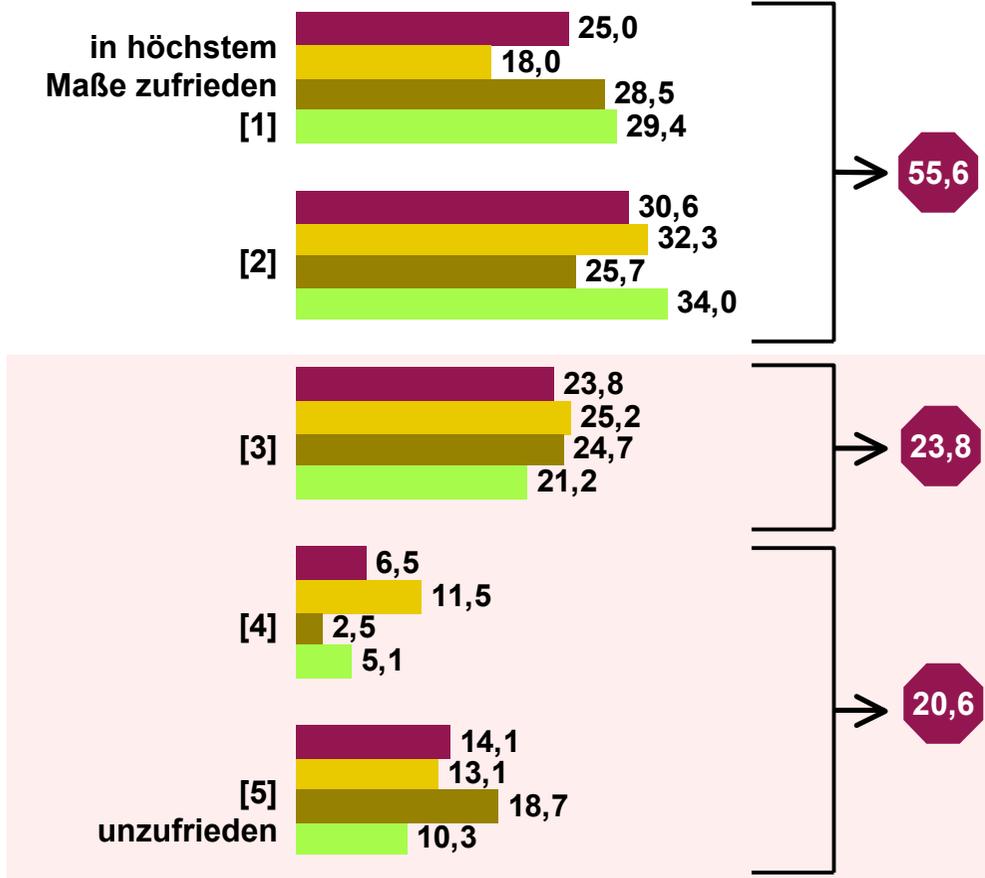
Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?  
(die sieben häufigsten Nennungen)



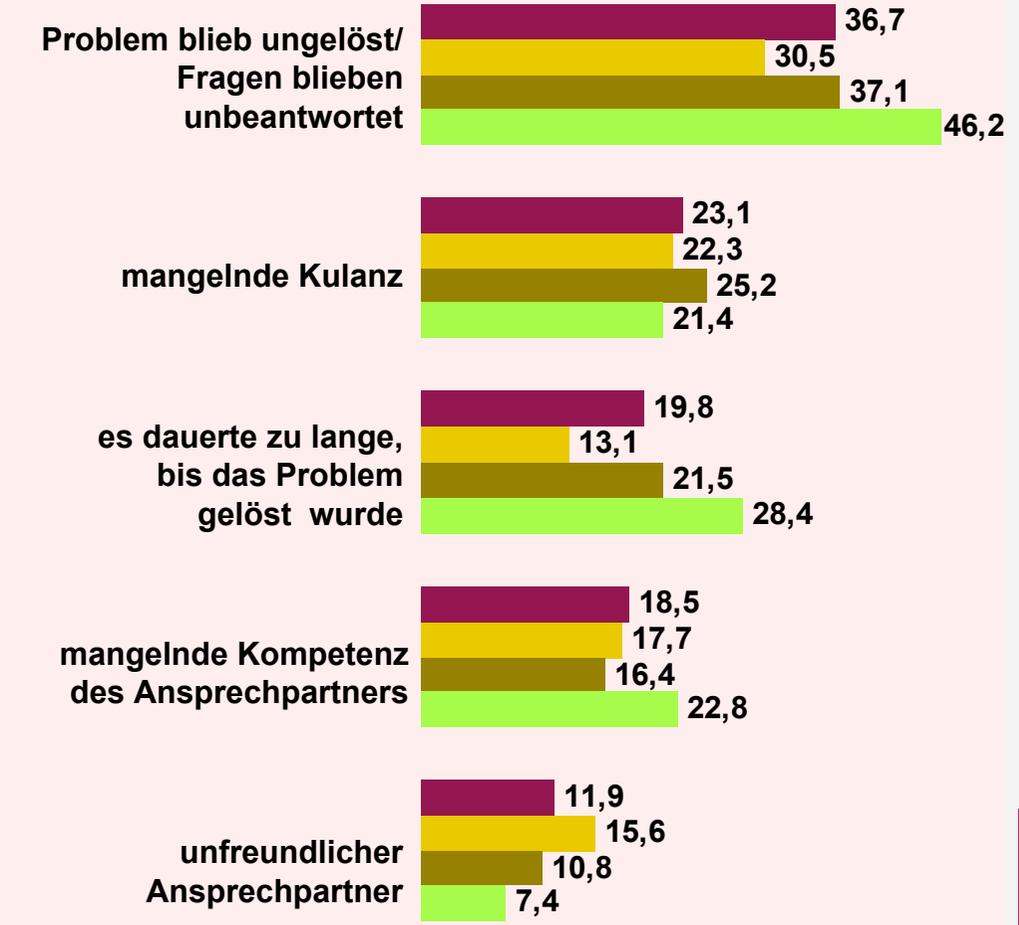
Frage 21.4

Angaben in Prozent

Wie zufrieden waren Sie mit diesem letzten Kontakt?



Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?  
(die fünf häufigsten Nennungen)



kann ich nicht beurteilen  
0,0  
0,0  
0,0  
0,0

Ø = 2,5 n = 479  
 Ø = 2,7 n = 173  
 Ø = 2,6 n = 161  
 Ø = 2,3 n = 145

■ Gesamt  
 ■ Prod./Verarb. Gew.  
 ■ Handel  
 ■ Dienstleistung

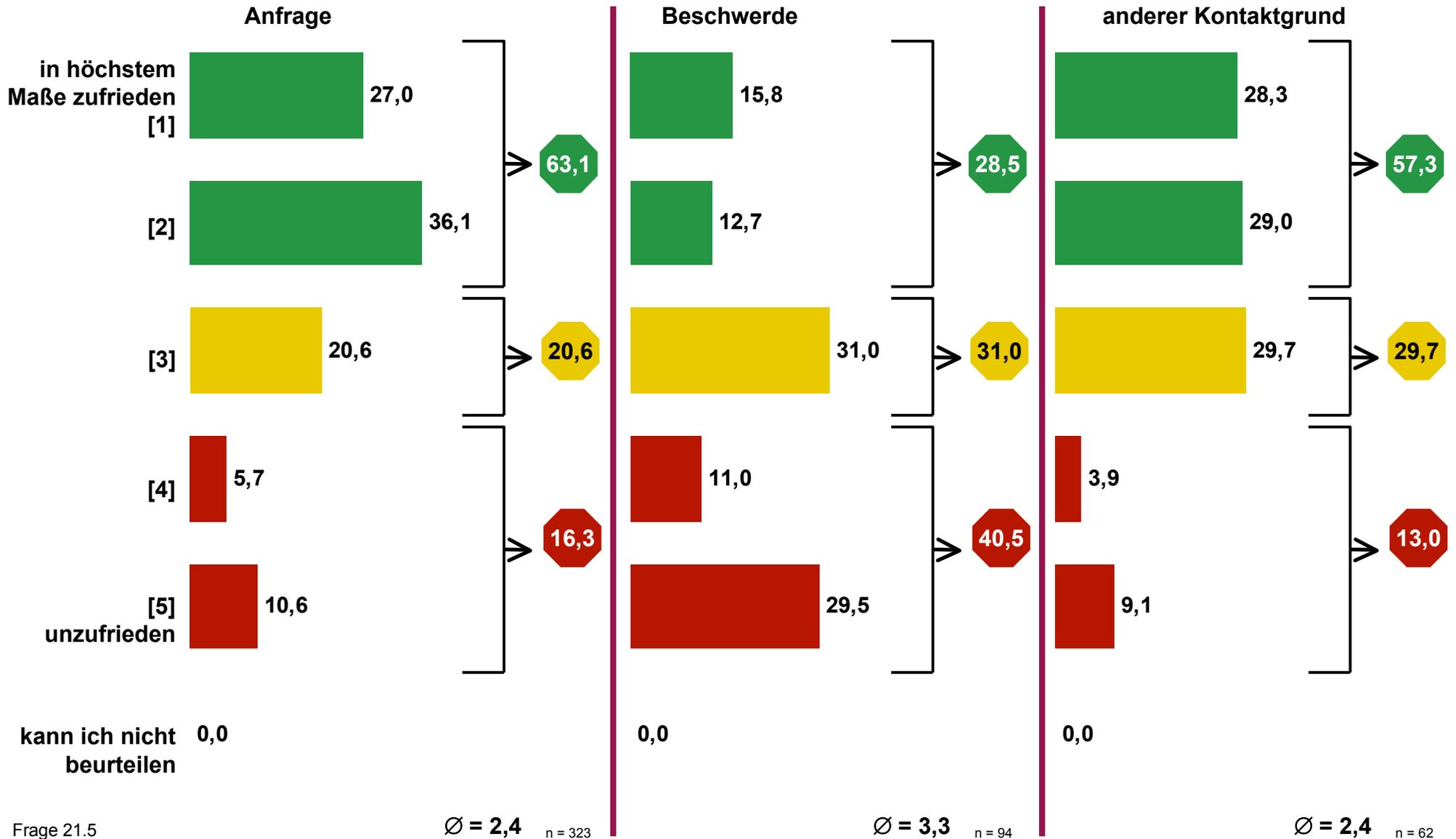
n = 213 ■ Gesamt  
 n = 86 ■ Prod./Verarb. Gew.  
 n = 74 ■ Handel  
 n = 53 ■ Dienstleistung

Frage 21.5, 21.6

Angaben in Prozent

# Bewertung des Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund

Wie zufrieden waren Sie mit diesem letzten Kontakt?

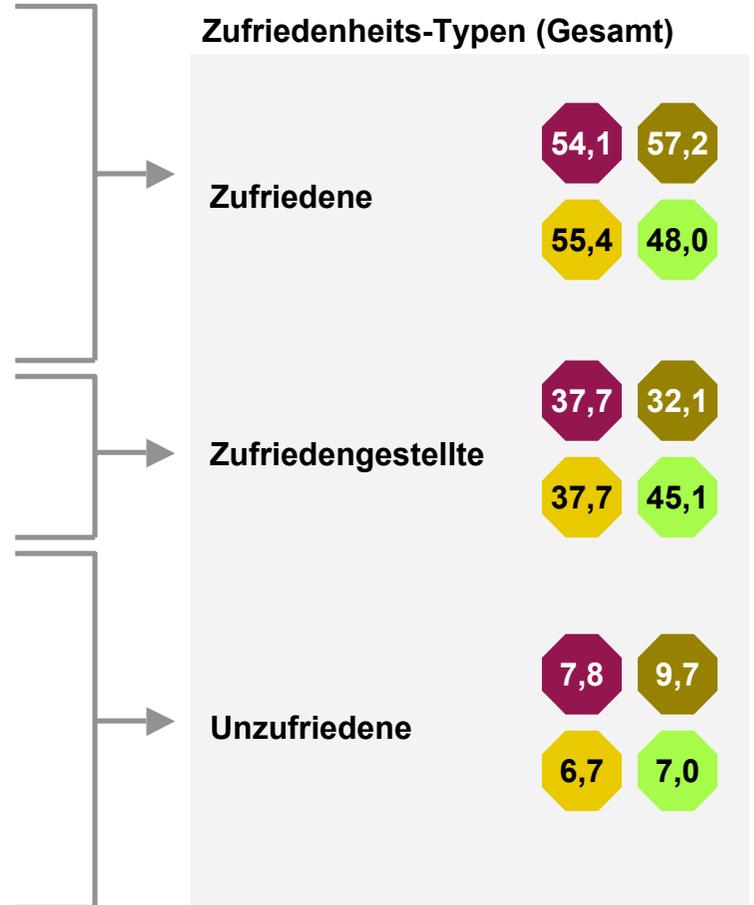
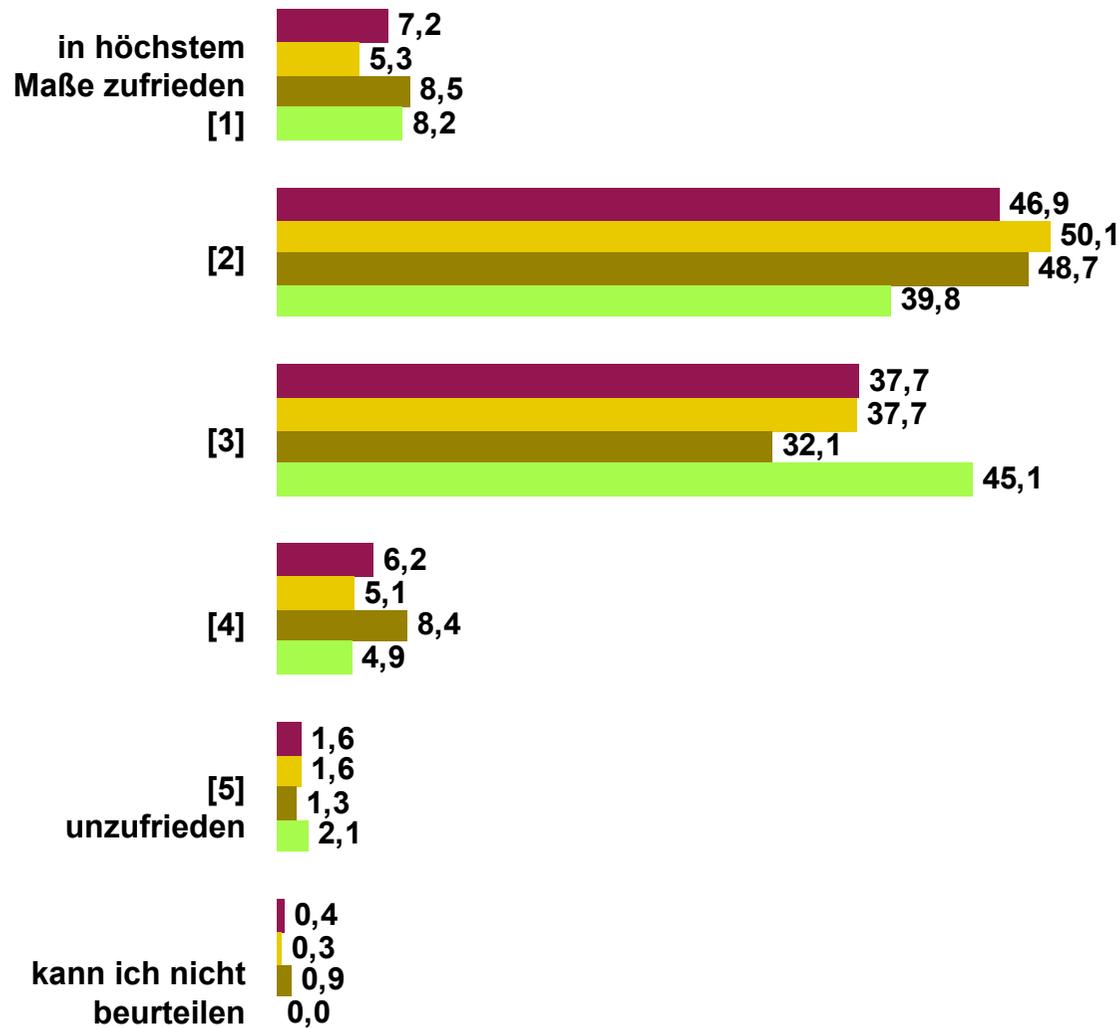


Frage 21.5

Angaben in Prozent

# Gesamtzufriedenheit mit dem Stromversorger

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



$\bar{x} = 2,5$  n = 1.040 Gesamt  
 $\bar{x} = 2,5$  n = 400 Prod./Verarb. Gew.  
 $\bar{x} = 2,4$  n = 363 Handel  
 $\bar{x} = 2,5$  n = 277 Dienstleistung

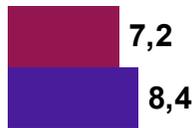
Frage 25

Angaben in Prozent

# Gesamtzufriedenheit mit dem Stromversorger - Jahresvergleich

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

in höchstem Maße zufrieden [1]



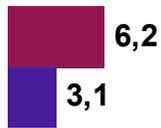
[2]



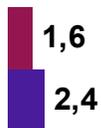
[3]



[4]



[5] unzufrieden



kann ich nicht beurteilen



## Zufriedenheits-Typen (Gesamt)

Zufriedene



Zufriedengestellte



Unzufriedene



Ø = 2,5 n = 1.040 Gesamt 2005

Ø = 2,4 n = 1.040 Gesamt 2004

## Image der Stromversorger

Ausschlaggebend für das allgemein positive Image der Stromversorger sind vor allem die Aspekte Zuverlässigkeit ( $\bar{x}$  1,7), die Leistungsfähigkeit ( $\bar{x}$  2,0) und die Wichtigkeit für die Region ( $\bar{x}$  2,1). Defizite zeigen sich bei der Preisgestaltung ( $\bar{x}$  3,1) und der Informationspolitik ( $\bar{x}$  2,9).

## Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit

Die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung ist der Top-Aspekt ( $\bar{x}$  1,7). Die Zufriedenheit der Kunden mit den Aspekten Korrektheit der Rechnung, Einhaltung abgesprochener Termine und Freundlichkeit der Mitarbeiter (jeweils  $\bar{x}$  2,1) wird durch die negative Bewertung verschiedener Aspekte deutlich geschwächt. Die Aktivität, zur Stromeinsparung bei den Kunden beizutragen wird am schlechtesten bewertet ( $\bar{x}$  3,3). Auch die Transparenz der Preisgestaltung ( $\bar{x}$  3,1) und die Flexibilität der Vertragsgestaltung ( $\bar{x}$  2,9) werden negativ bewertet.

## Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

Die Mehrheit vergibt die mittlere Note auf einer fünfstufigen Skala (von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „schlecht“), und stuft das Preis-Leistungsverhältnis als angemessen ein (33,1%). Nur 27,0% vergeben die beiden besten Noten.

## Ansprechpartner bei dem Stromversorgern

Weniger als ein Viertel der Gewerbekunden hat einen festen Ansprechpartner bei ihrem Stromversorger (23,4%).

## Kontakte mit dem Stromversorger

Fast die Hälfte aller Gewerbekunden hat sich schon einmal mit einer Anfrage (33,9%), Beschwerde (12,5%) oder einem anderen Kontaktgrund (7,8%) an ihren Stromversorger gewandt. Bezüglich des letzten Kontaktes handelt es sich überwiegend um Anfragen (67,4%), bei 19,6% der Kontakte sind es Beschwerden und bei 13,0% ein anderer Kontaktgrund. Dabei handelt es sich überwiegend um telefonische Kontakte (73,7%). Die Kontakte liegen bei 71,0% weniger als ein Jahr zurück. „Fragen zur Rechnung“ sind der Top-Kontaktanlass (24,5%). Über die Hälfte haben den Kontakt in positiver Erinnerung (55,6%), wobei Befragte mit Anfragen deutlich positiver urteilen als Befragte mit Beschwerden ( $\bar{x}$  2,4 v.  $\bar{x}$  3,3).

## Gesamtzufriedenheit mit den Stromversorgern

Die Gewerbekunden sind insgesamt nur durchschnittlich zufrieden mit ihrem Stromversorger. 56,7% vergeben a priori die Top-Bewertungen. 12,7% sind unzufrieden und vergeben entsprechend schlechte Noten ( $\bar{x}$  2,4). Nach der Bewertung der einzelnen Zufriedenheitsaspekte verschlechtert sich das Bild etwas. Nur noch 54,1% vergeben die Top-Bewertungen, 7,8% sind unzufrieden ( $\bar{x}$  2,5).

**Verhalten hinsichtlich des Versorgerwechsels bei Umzügen**

**Wechselverhalten**

**Information zu Tarifen und Verträgen**

**Wahrscheinlichkeit des Verbleibs bei dem Stromversorger**

**Weiterempfehlungsquote**

**Stromversorger im Vergleich**

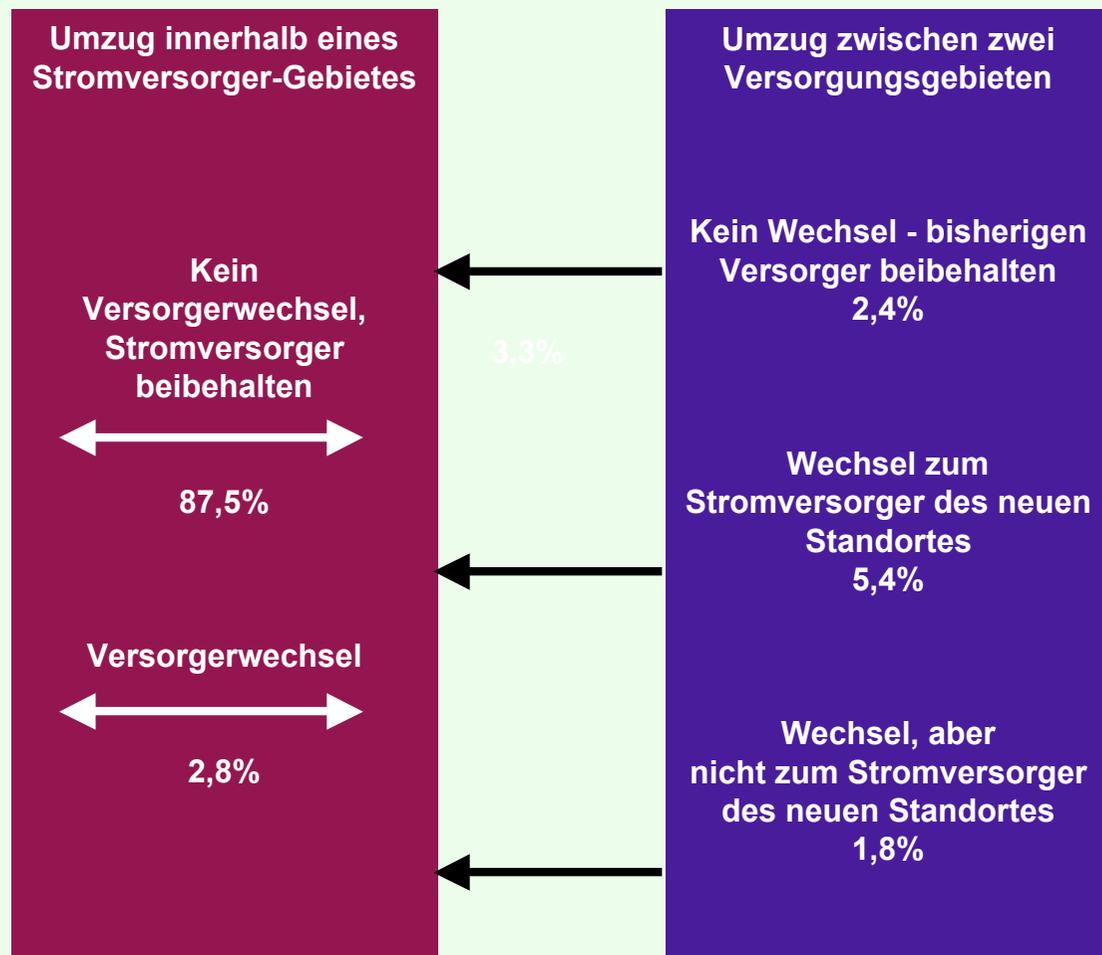
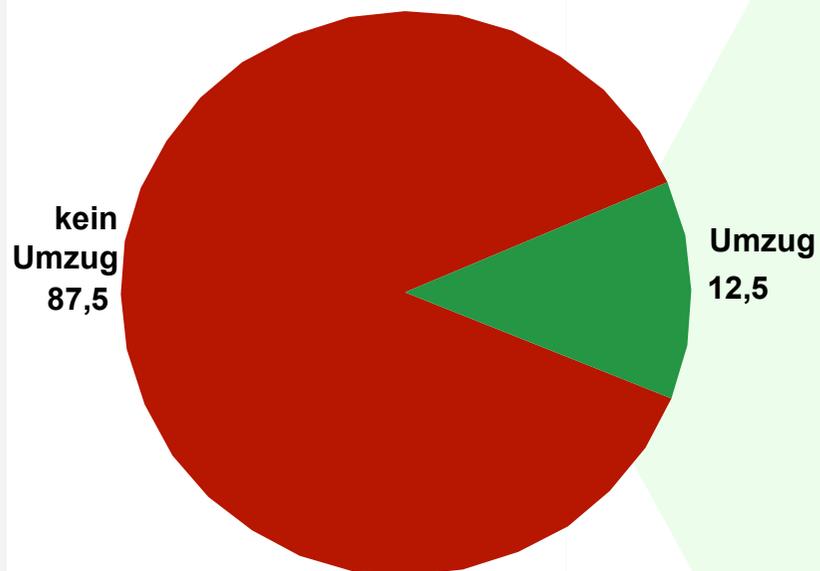
**Kundenbindungsindex**

**Zusammenfassung der Ergebnisse - Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

# Verhalten hinsichtlich eines Versorgerwechsels bei Umzügen

Die Grafik zeigt das Verhalten hinsichtlich eines Stromversorgerwechsels von Gewerbebetrieben, die in den letzten 3 Jahren umgezogen sind. Die Analyse erfolgt auf Basis der Postleitzahl-Nennung des jetzigen und vorherigen Wohnsitzes.

Umzüge in den letzten drei Jahren

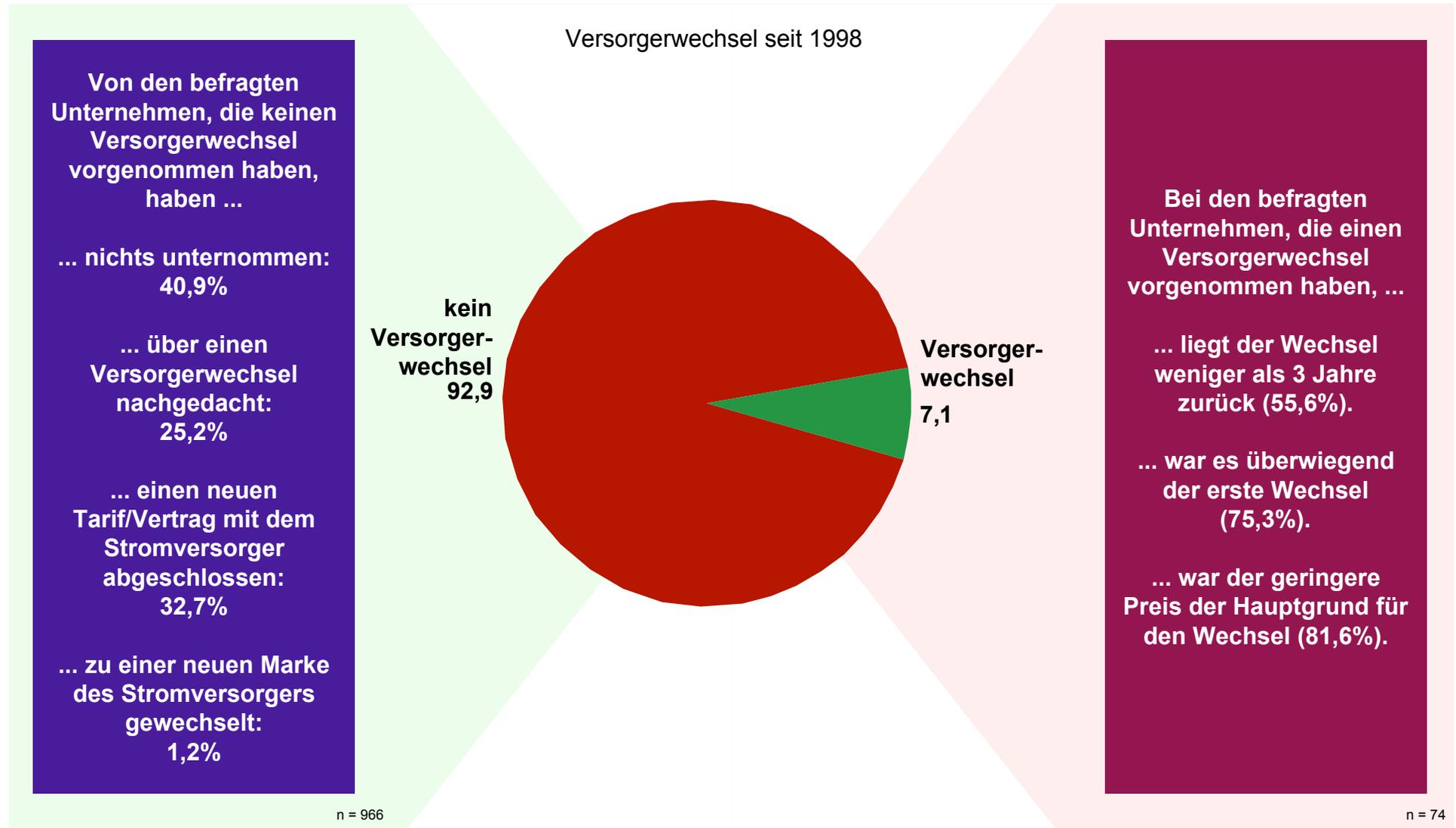


Frage 3 bis 3.3  
Angaben in Prozent

n = 1.040

n = 130

Die Grafik zeigt das Verhalten hinsichtlich eines Stromversorgerwechsels von Gewerbebetrieben seit der Öffnung des Strommarktes 1998.



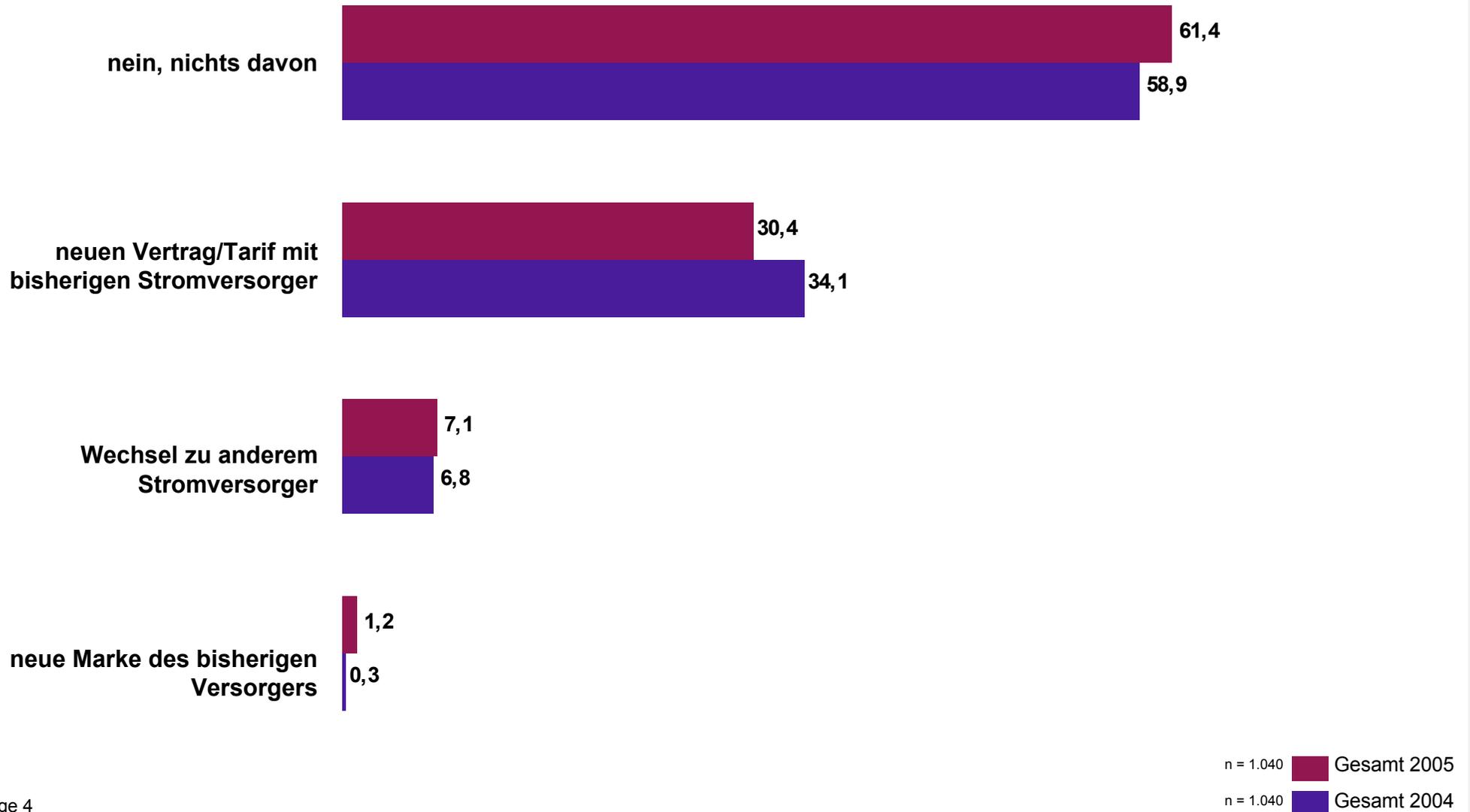
Frage 4 bis 12

Angaben in Prozent

n = 1.040

# Wechselverhalten - Jahresvergleich

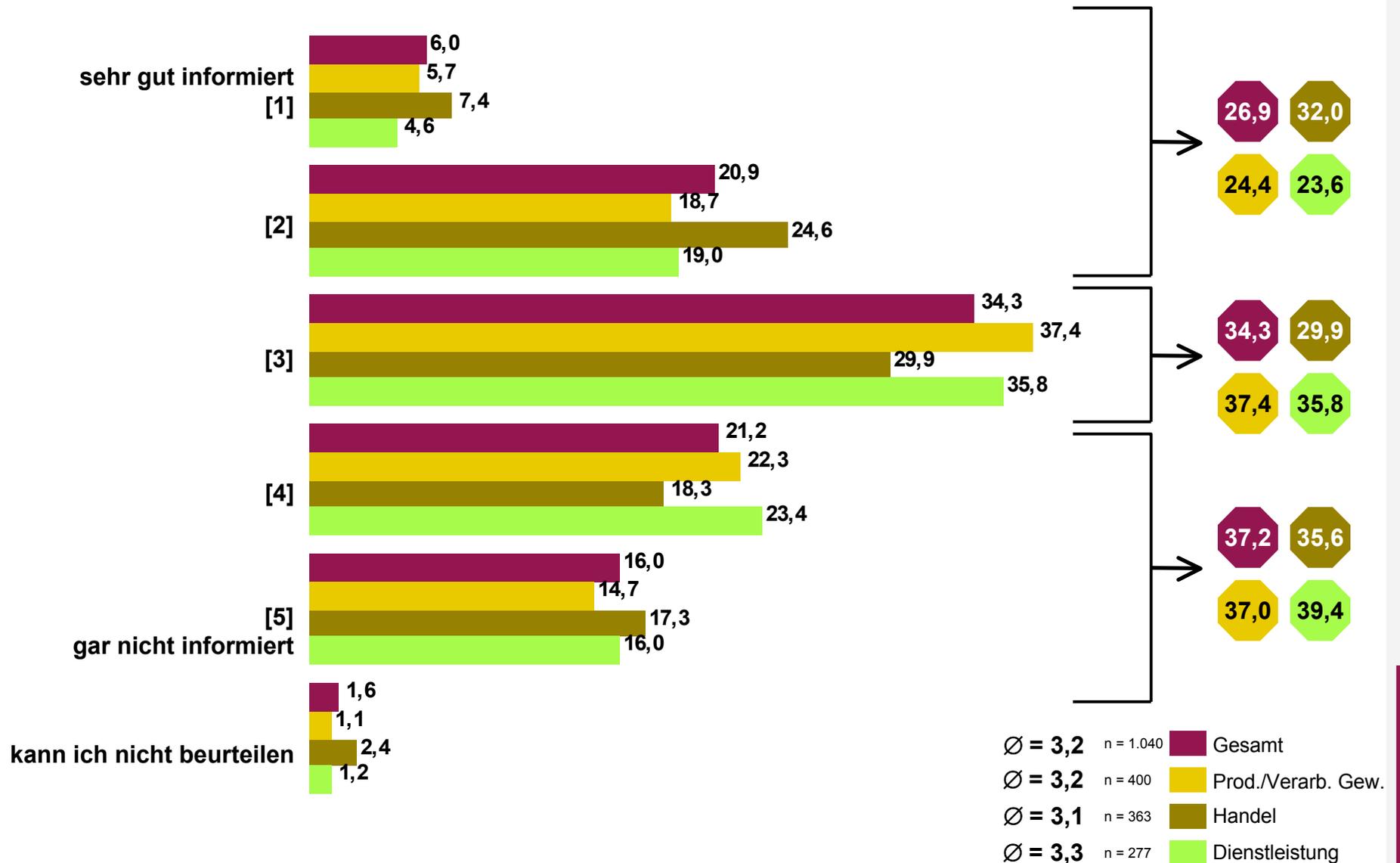
Hat Ihr Betrieb unabhängig von Betriebsgründung oder Umzügen seit der Öffnung des Strommarktes 1998 einen neuen Tarif bzw. Vertrag bei Ihrem Stromversorger abgeschlossen, oder haben Sie zu einer neuen Marke Ihres Stromversorgers gewechselt, oder sind Sie zu einem anderen Stromversorger gewechselt?



Frage 4

Angaben in Prozent

Wie gut fühlen Sie sich von Ihrem Stromversorger hinsichtlich der Tarife bzw. Verträge informiert?

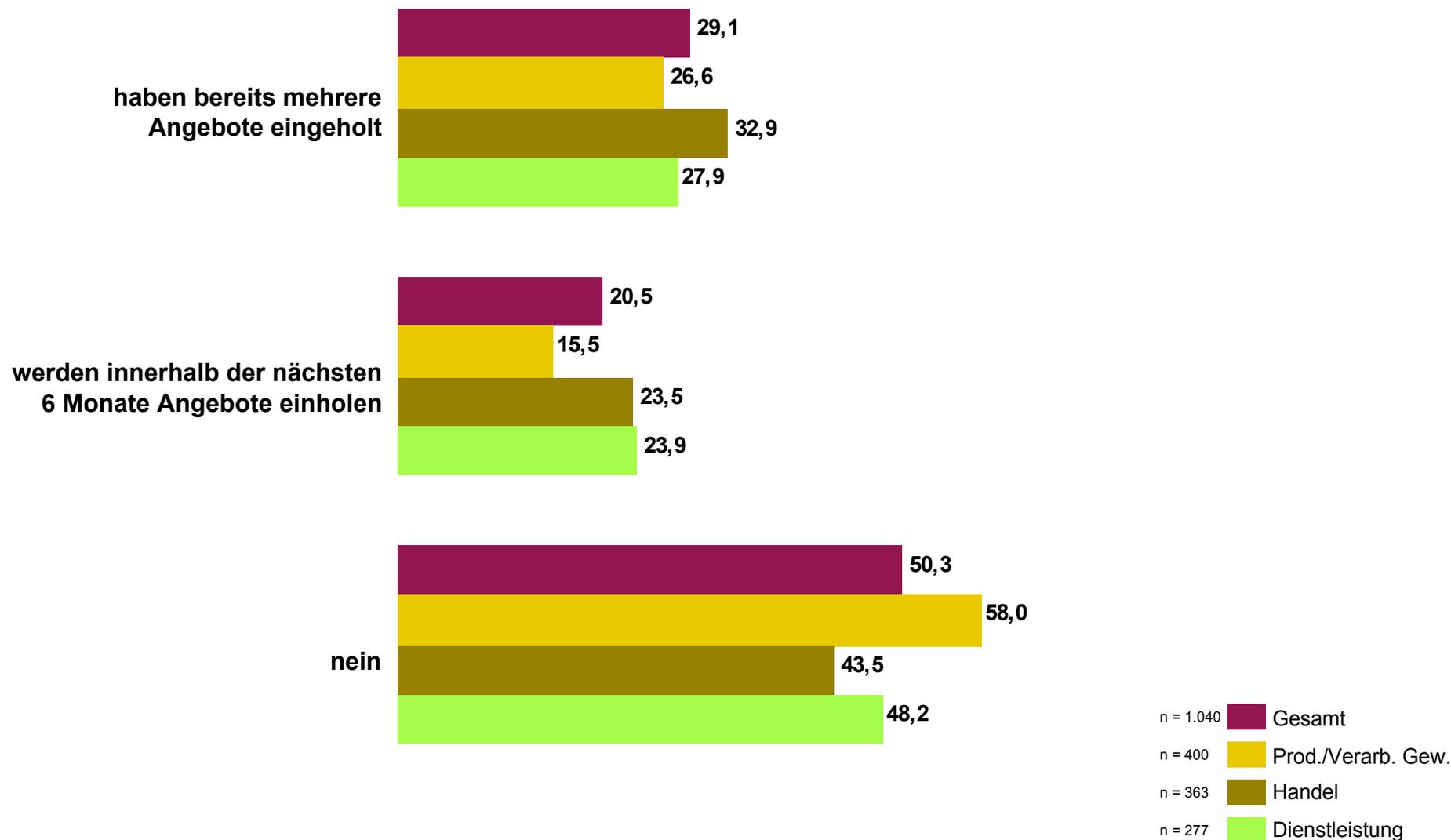


Frage 26

Angaben in Prozent

# Eigeninitiative bei der Angebotseinholung

Haben Sie in Ihrem Unternehmen seit der Öffnung des Strommarktes bereits die Angebote verschiedener Stromversorger eingeholt oder beabsichtigen Sie dies in den nächsten 6 Monaten zu tun?

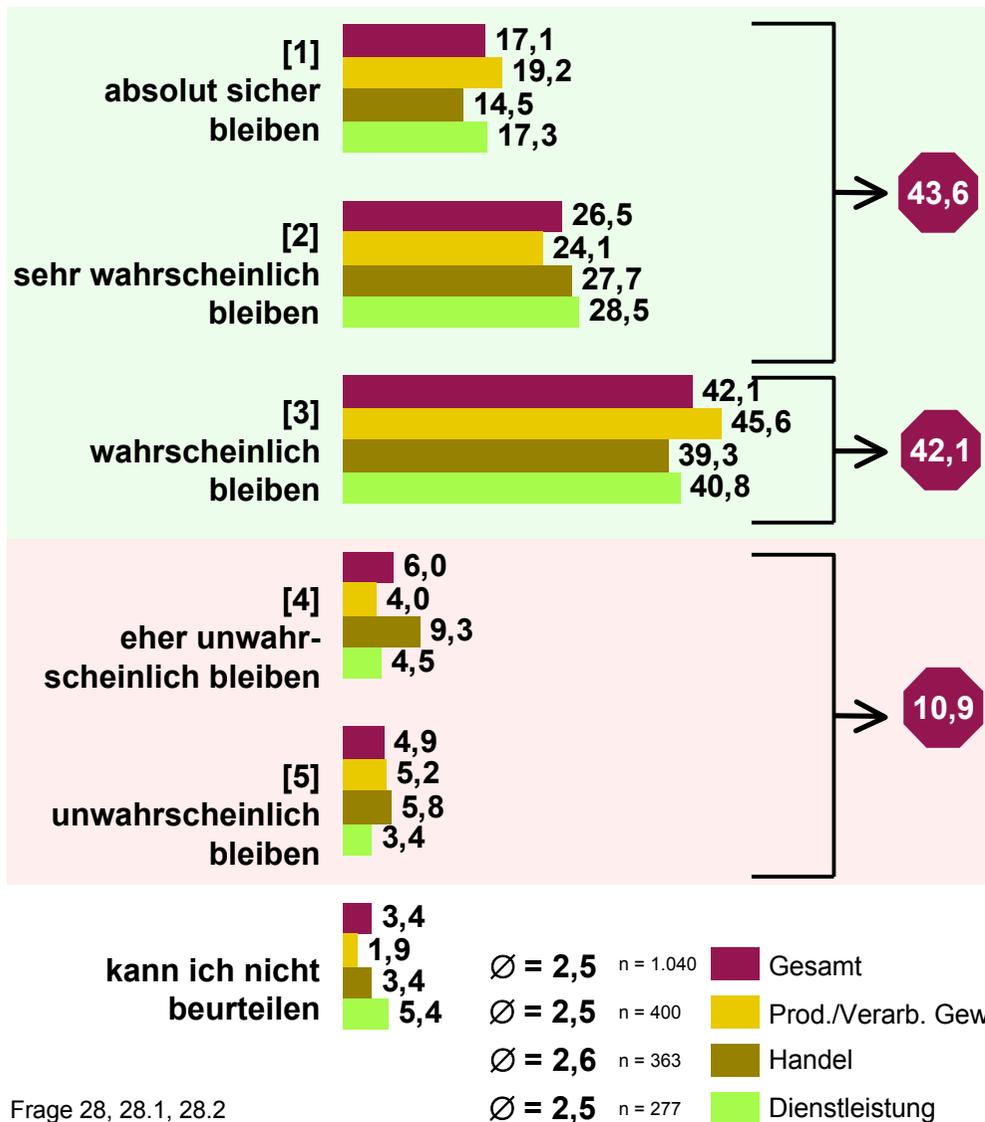


Frage 27

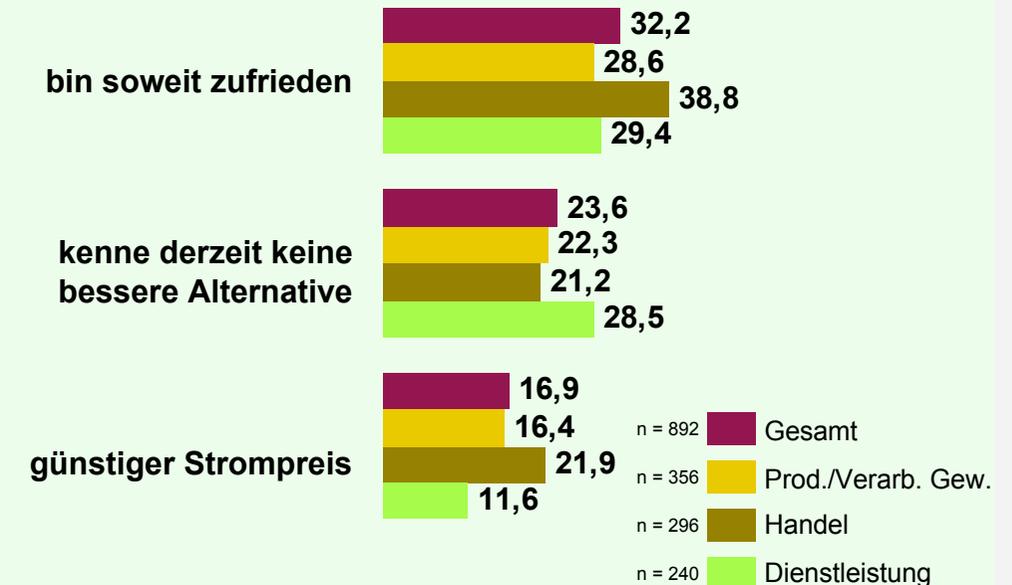
Angaben in Prozent

# Wahrscheinlichkeit des Verbleibs bei dem Stromversorger

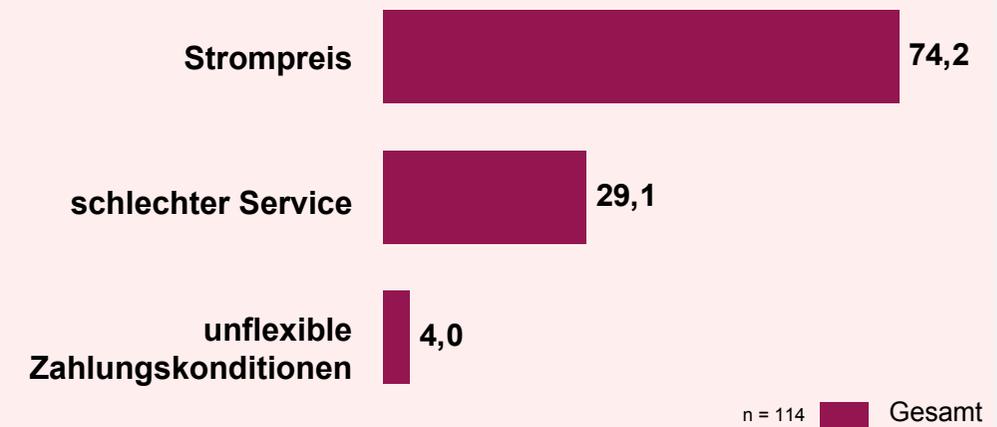
Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde Ihres Stromversorgers bleiben? Werden Sie ...



Warum werden Sie bei Ihrem Stromversorger bleiben? (die drei häufigsten Nennungen)



Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger wechseln? (die drei häufigsten Nennungen)

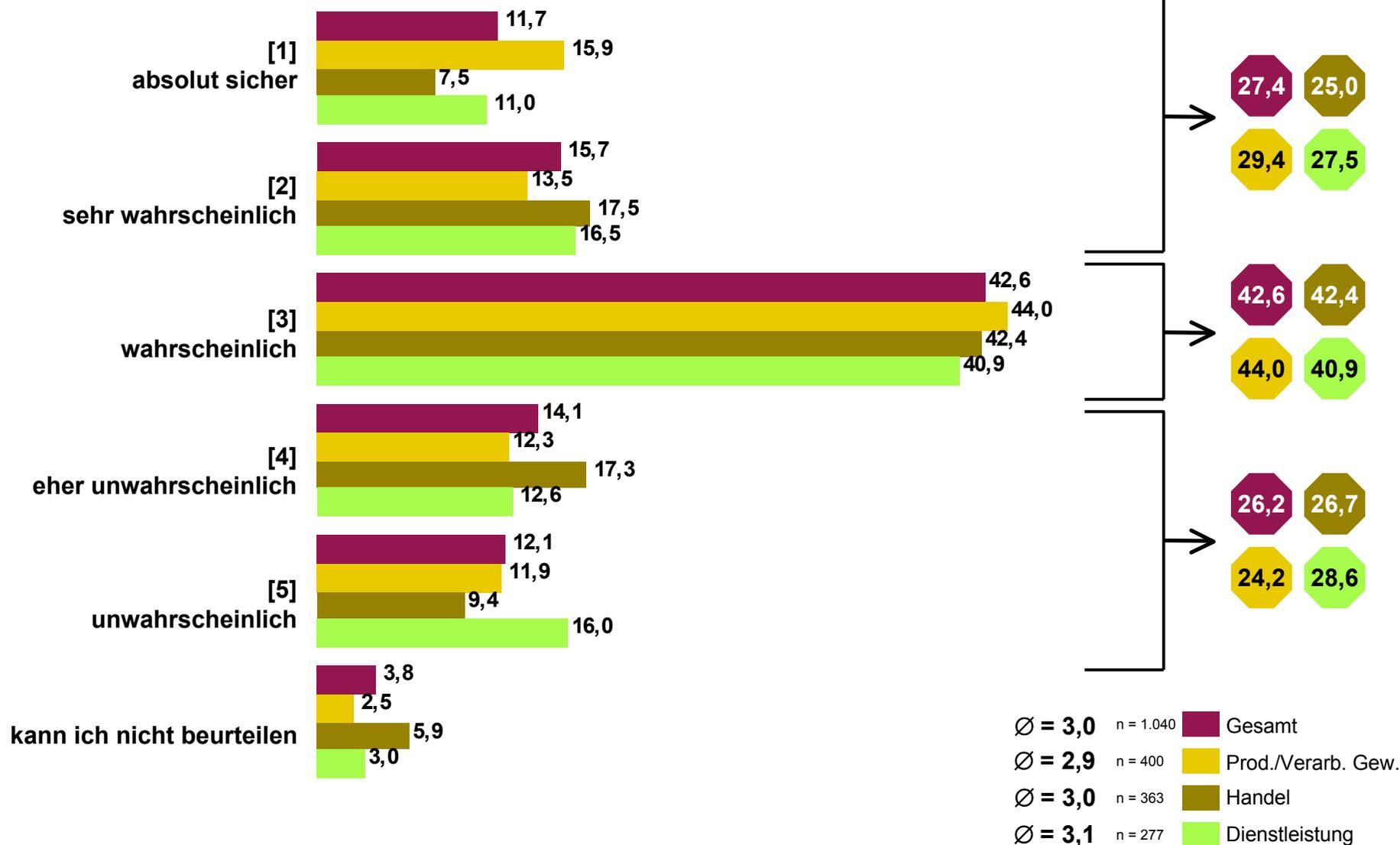


Frage 28, 28.1, 28.2

Angaben in Prozent

# Weiterempfehlungsquote

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

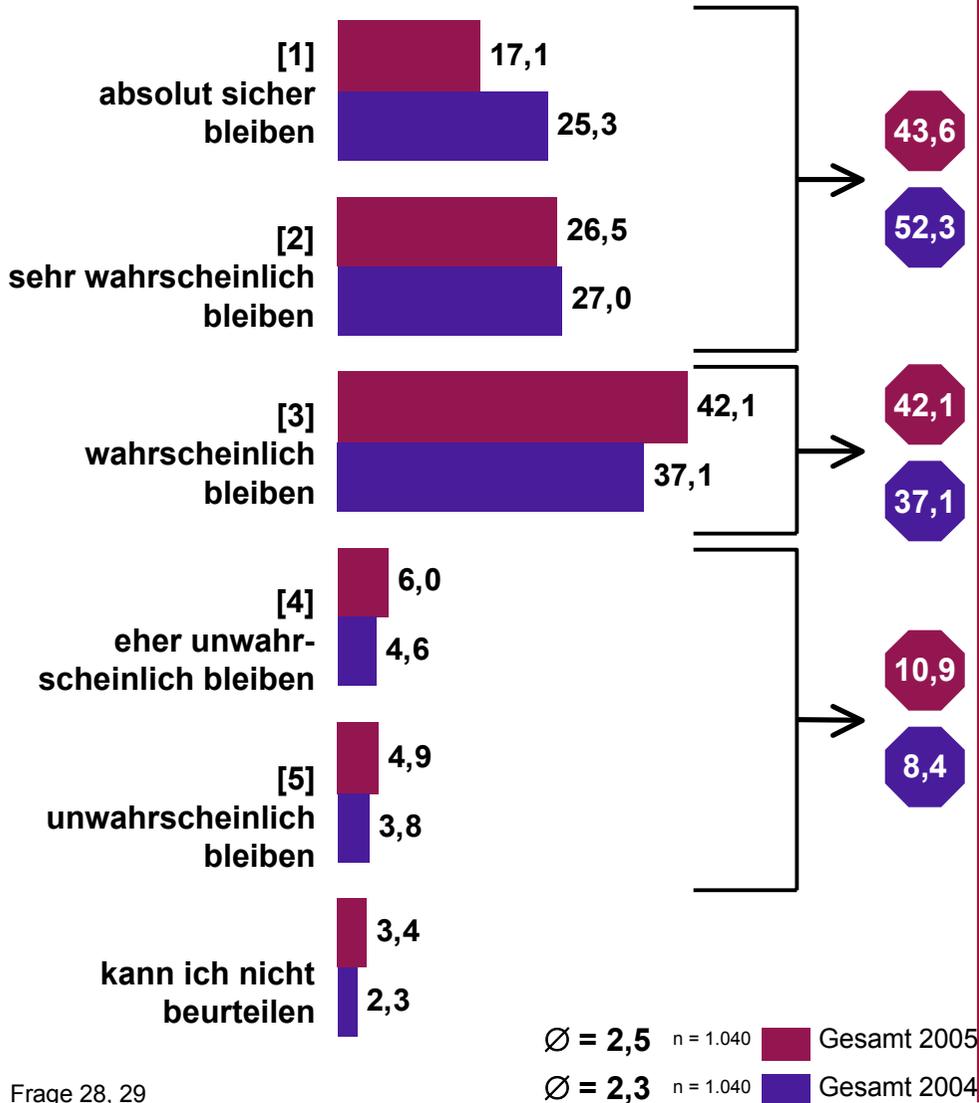


Frage 29

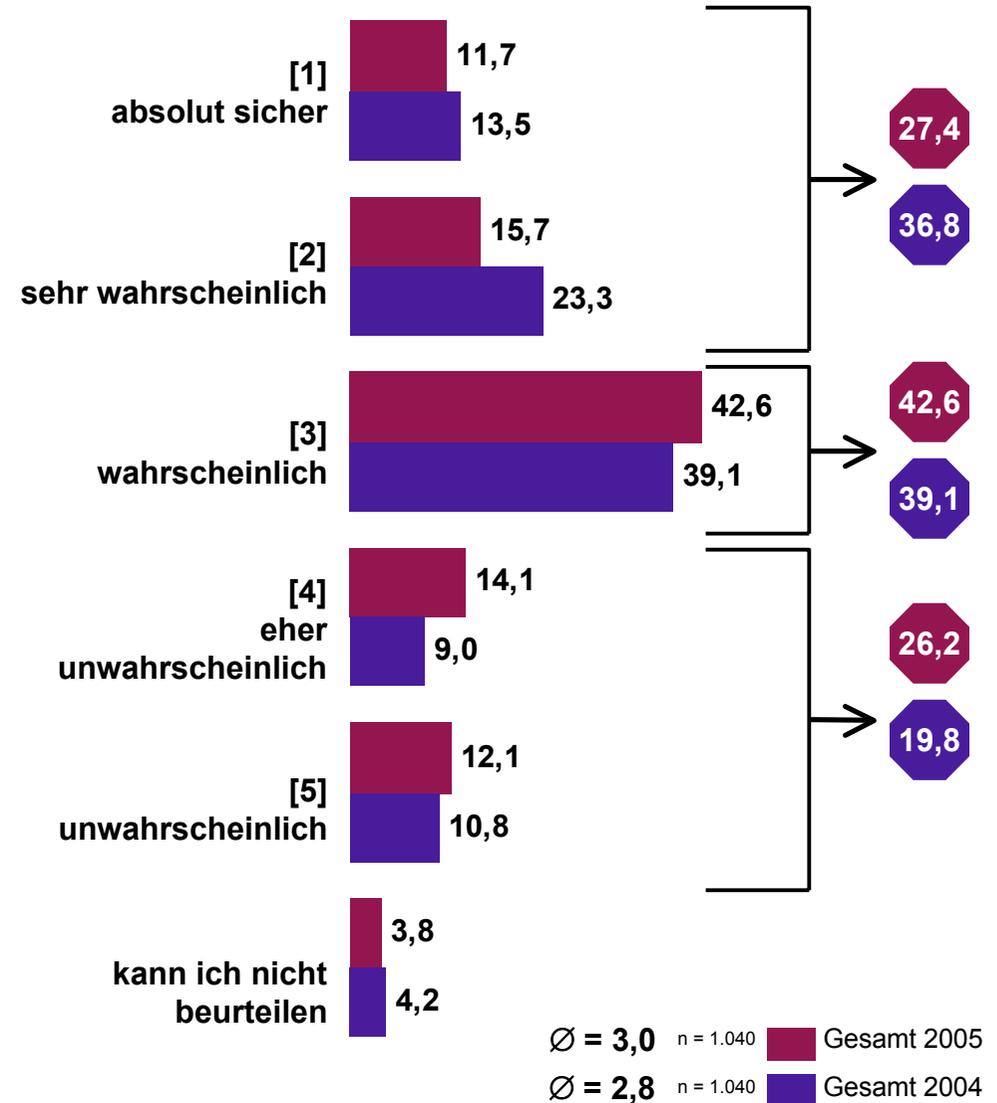
Angaben in Prozent

# Verbleibswahrscheinlichkeit und Weiterempfehlung – Jahresvergleich

Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde Ihres Stromversorgers bleiben? Werden Sie ...

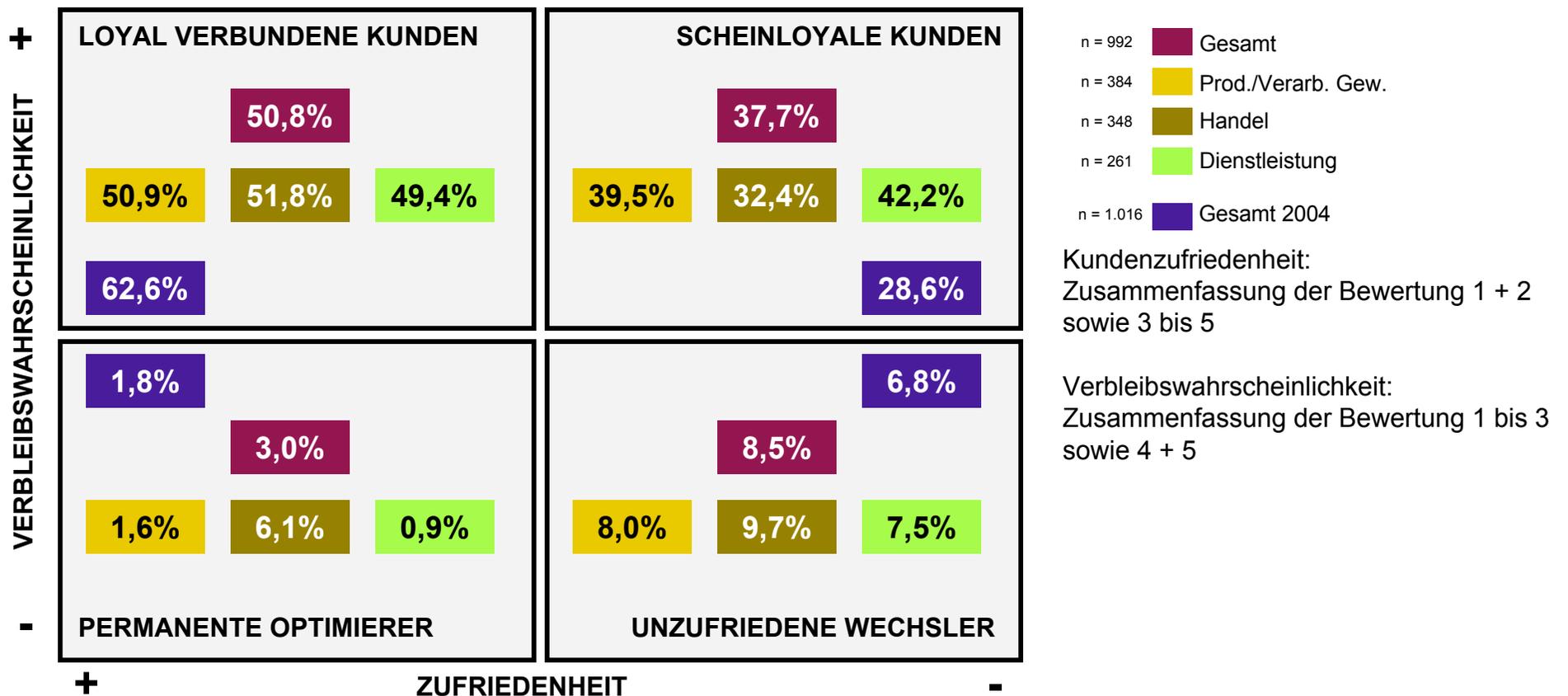


Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren Stromversorger empfehlen würden? Wäre es ...



Frage 28, 29  
Angaben in Prozent

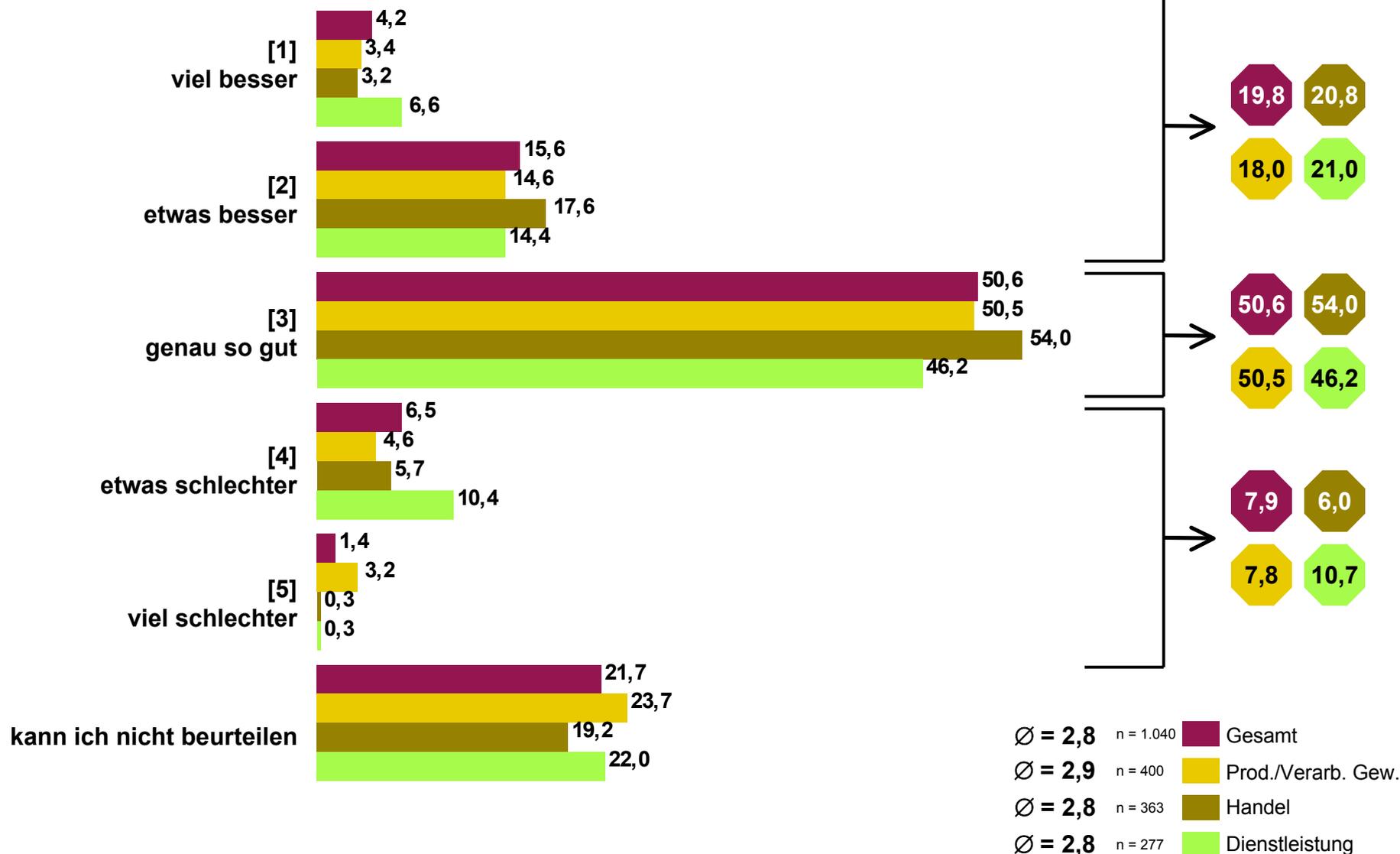
Für das Marketing ist die Kenntnis über die quantitative Verteilung der Kunden auf die vier Felder des Zufriedenheits-Bindungs-Tableaus besonders wichtig. Generelles Ziel muss die Erhöhung des Anteils der loyal verbundenen Kunden sein! Dazu sind die Bestimmungsfaktoren der Kundengruppen zu identifizieren, um daraufhin effiziente Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Dieses Tableau dient darüber hinaus der zukünftigen Kontrolle des Erfolges und der quantitativen Effizienz eingeleiteter Verbesserungsmaßnahmen sowie als Frühwarnindikator bzgl. potenzieller Wettbewerbsverschiebungen.





# Stromversorger im Vergleich

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

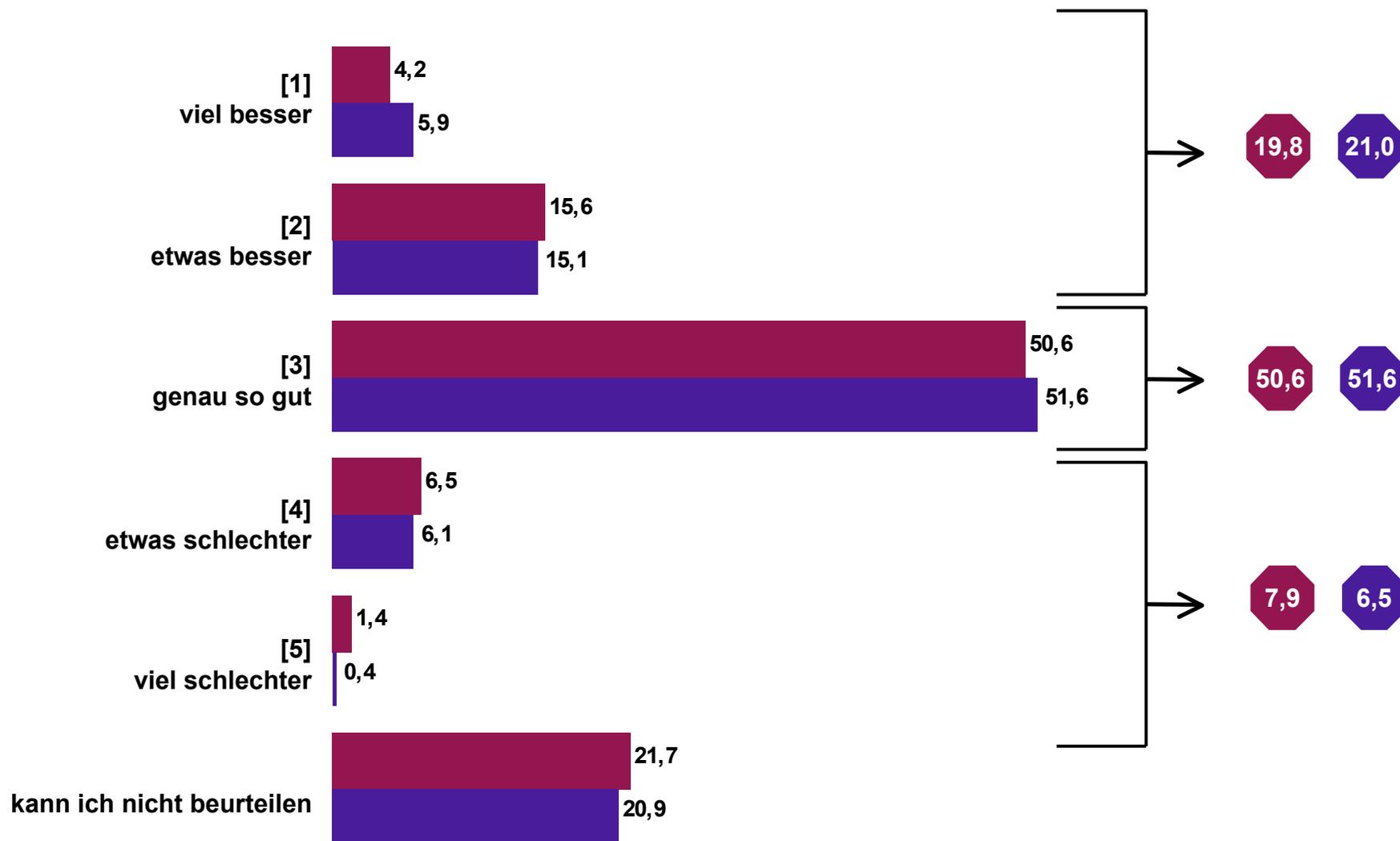


Frage 30

Angaben in Prozent

# Stromversorger im Vergleich - Jahresvergleich

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

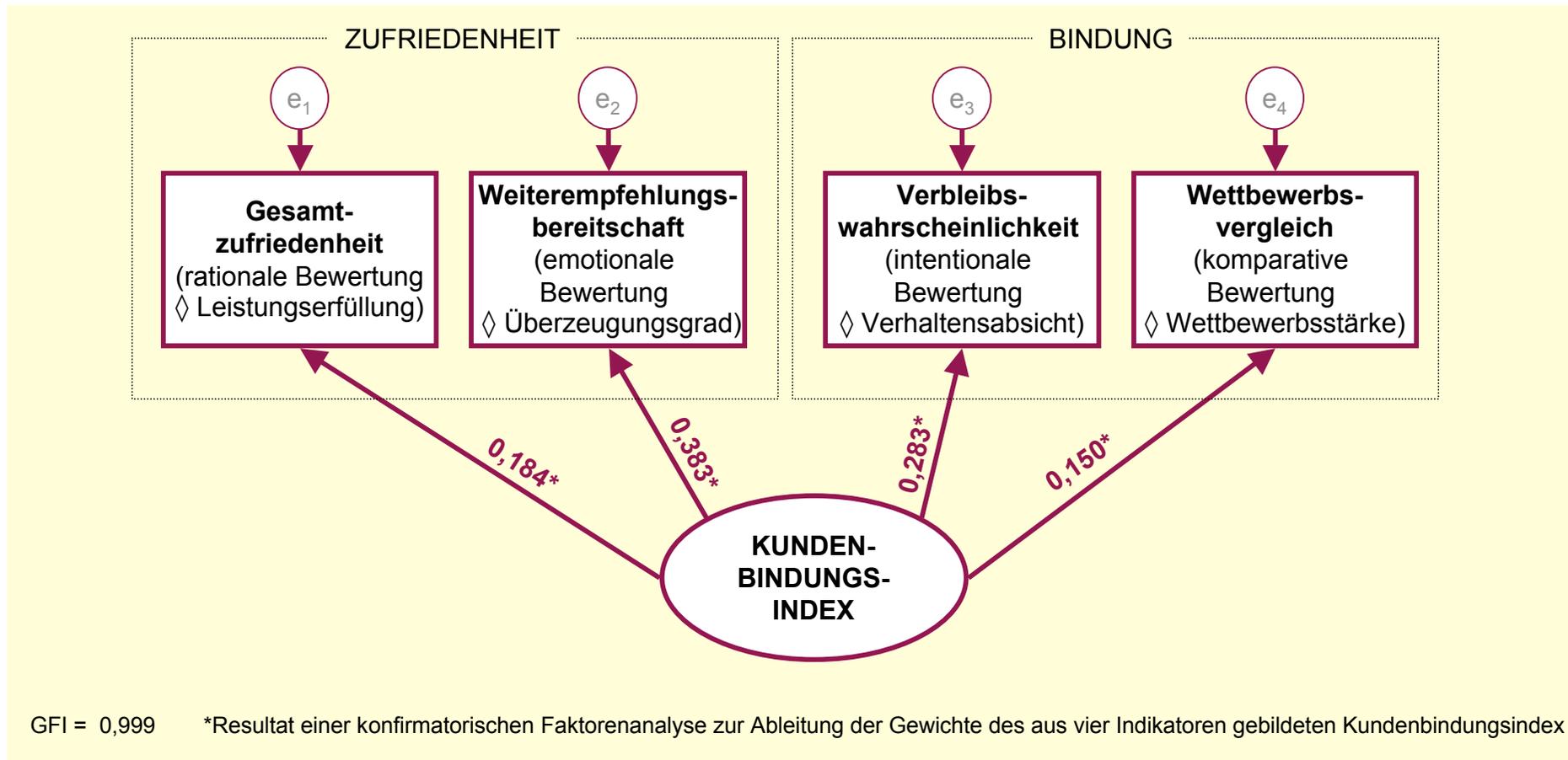


Ø = 2,8 n = 1.040 ■ Gesamt 2005

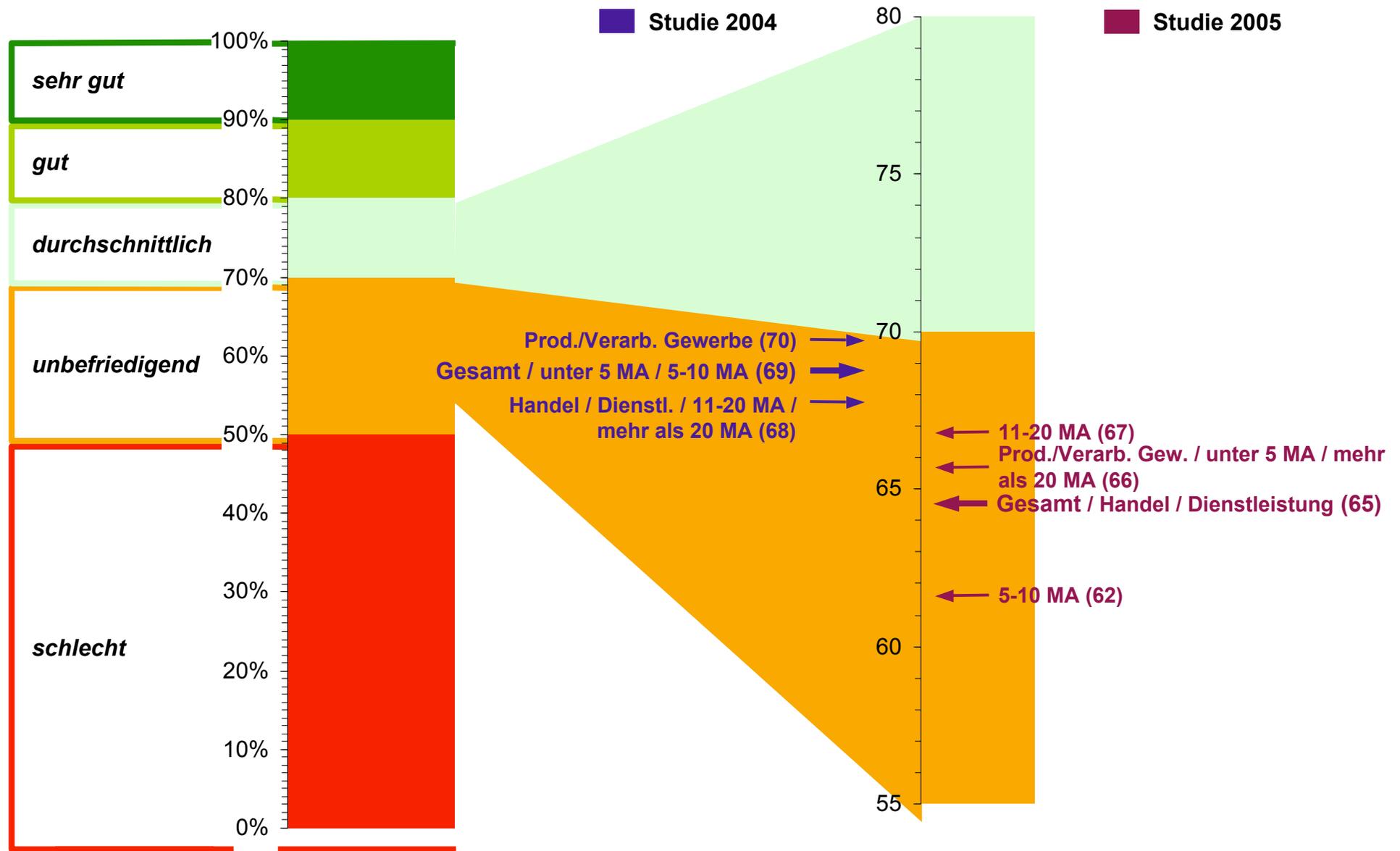
Ø = 2,7 n = 1.040 ■ Gesamt 2004

Frage 30

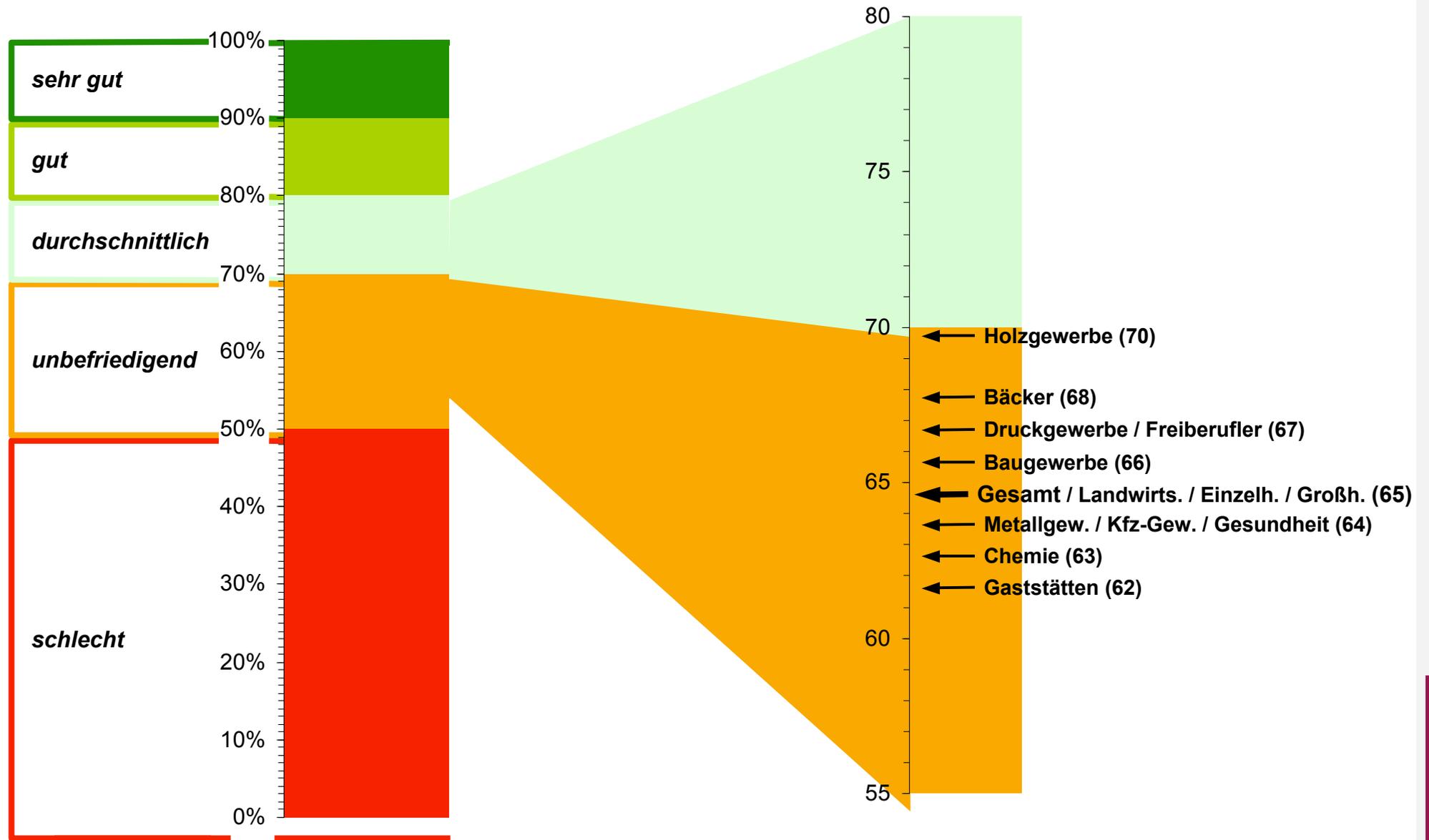
Angaben in Prozent



# Kundenbindungsindex differenziert nach Branchengruppen und Mitarbeiterzahl



# Kundenbindungsindex differenziert nach Branchen



## Wechselverhalten

Nur 7,1% der Befragten haben seit 1998 einen Versorgerwechsel vorgenommen. Die überwiegende Mehrheit der Befragten hat in diesem Zeitraum keinen Wechsel vollzogen (92,9%). Von dieser Gruppe haben 40,9% noch nichts unternommen. 25,2% haben zumindest über einen Wechsel des Stromversorgers nachgedacht. Knapp ein Drittel haben einen neuen Tarif bzw. Vertrag mit ihrem bisherigen Stromversorger abgeschlossen (32,7%) und 1,2% sind zu einer neuen Marke ihres Stromversorgers gewechselt.

## Einschätzung des Informationsstandes zu Tarifen

Die Informationen des Stromversorgers zu diesen Tarifen werden nur von 26,9% als sehr gut (6,0%) oder gut (20,9%) bewertet. 37,2% der Befragten fühlen sich von ihrem Stromversorger unzureichend zu dessen Tarifen informiert.

## Verbleibswahrscheinlichkeit

Nur 43,6% sagen, dass sie absolut sicher (17,1%) oder sehr wahrscheinlich (26,5%) bei ihrem Stromversorger verbleiben werden, wobei hier die jetzige Zufriedenheit (32,2%) ausschlaggebend für den Verbleib ist. 10,9% äußern einen eher unwahrscheinlichen (6,0%) bzw. unwahrscheinlichen (4,9%) Verbleib bei ihrem Stromversorger. Hauptgrund für den möglichen Wechsel dieser Personengruppe ist der Strompreis (74,2%).

## Weiterempfehlungsquote

Nur rund ein Viertel der Befragten in den Betrieben würden ihren Stromversorger absolut sicher (11,7%) bzw. sehr wahrscheinlich (15,7%) weiterempfehlen. Ein weiteres Viertel der Befragten halten eine Weiterempfehlung für eher unwahrscheinlich (14,1%) bzw. für unwahrscheinlich (12,1%) - durchschnittliche Bewertung 3,0.

## Kundenkontingent der Stromversorger

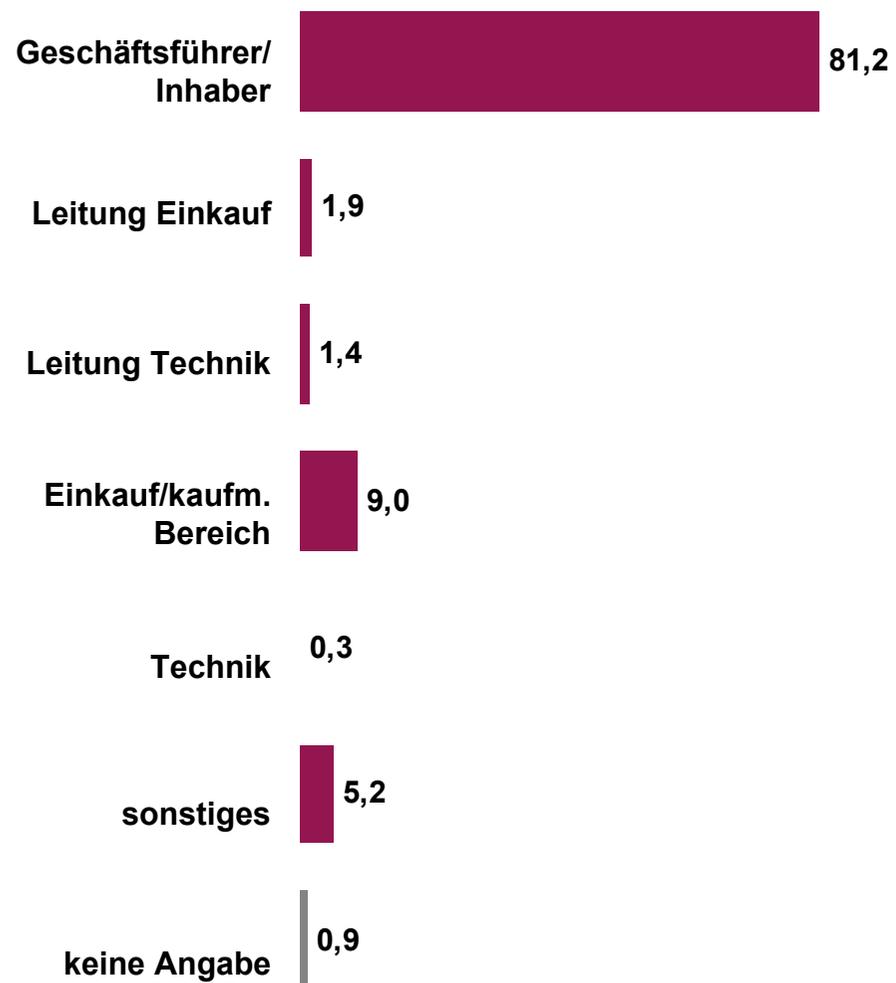
Bei näherer Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Zufriedenheit und Verbleibswahrscheinlichkeit fällt auf, dass nur 50,8% als loyale Kunden ihres Stromversorgers betrachtet werden können, sie äußern eine hohe Zufriedenheit bei gleichzeitig hoher Verbleibswahrscheinlichkeit. Der Konterpart dieser Gruppe - niedrige Zufriedenheit bei ebenso niedriger Wahrscheinlichkeit des Verbleibs - besteht aus 8,5% der Kunden der Stromversorger.

Der Kundenbindungsindex beträgt nur 65%.

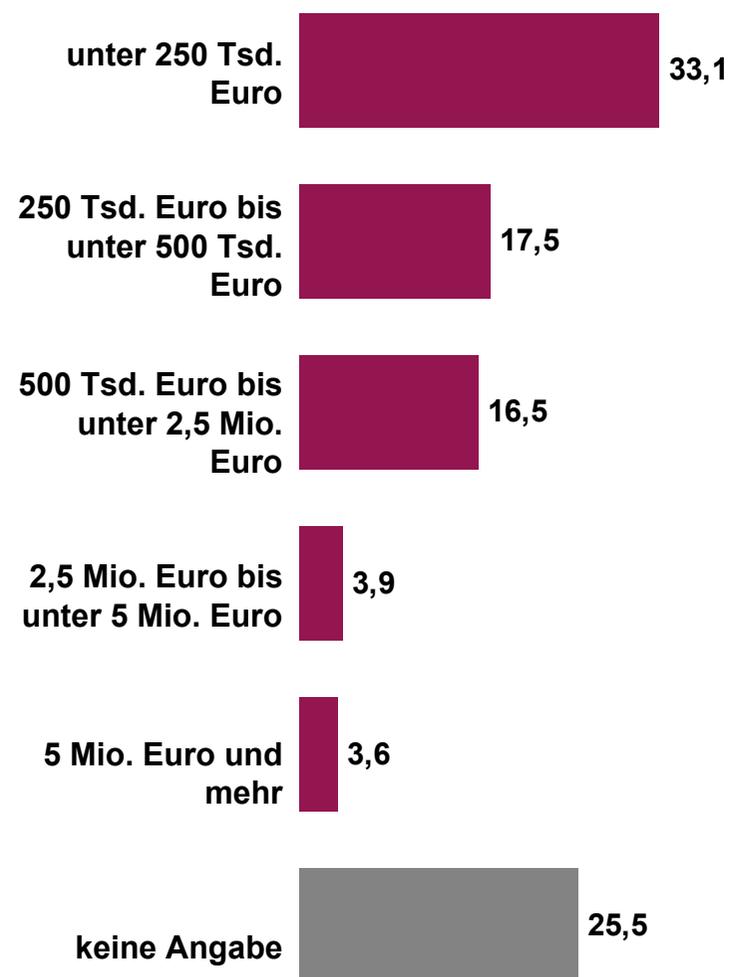
## Stromversorger im Vergleich

50,6% der Befragten in den Betrieben halten ihren Stromversorger für genau so gut wie andere Stromversorger. 19,8% sind der Meinung, dass ihr Stromversorger besser ist als die Konkurrenz. Nur 7,9% halten ihn für schlechter als die Konkurrenz.

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



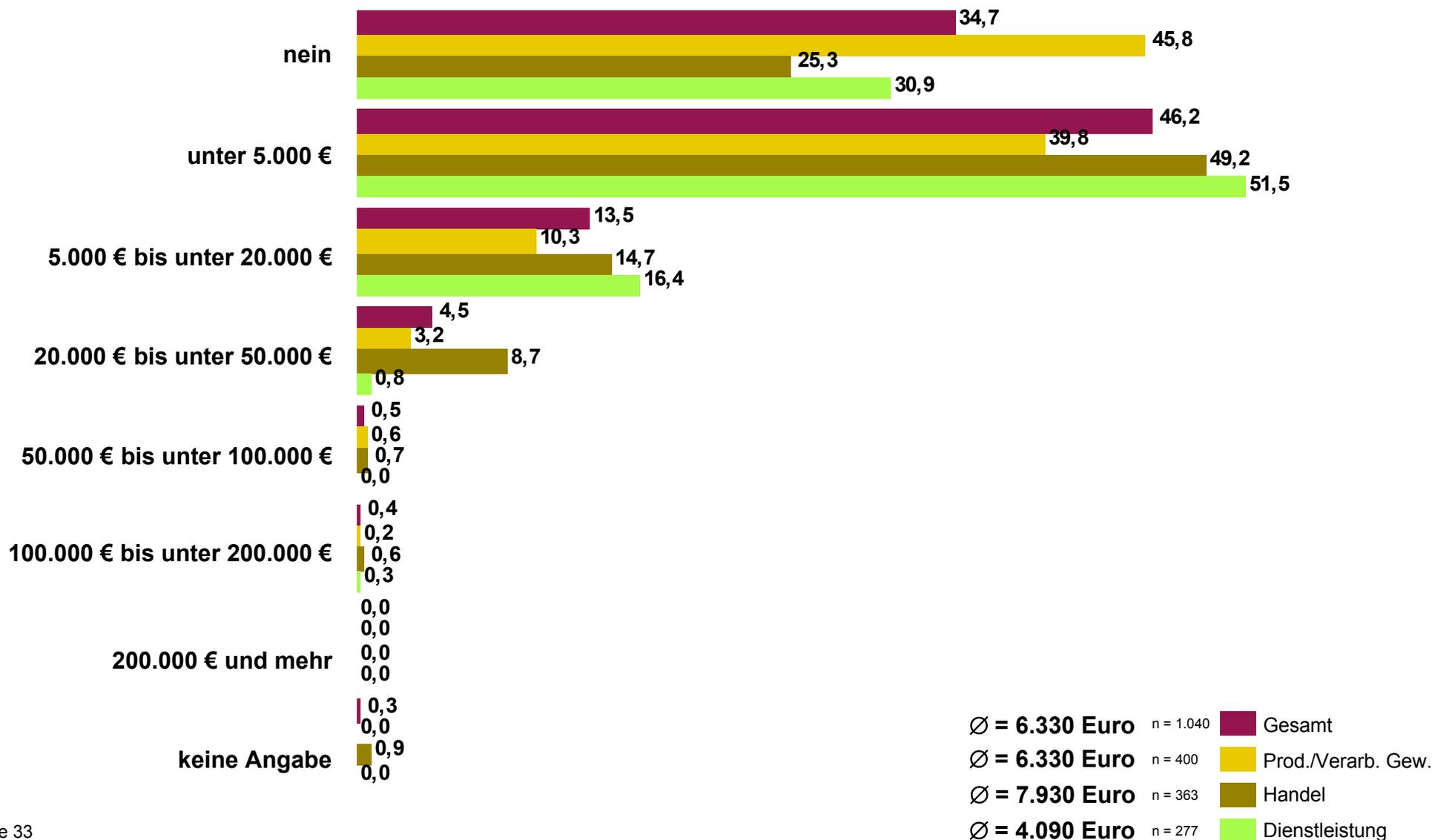
Wie hoch ist der Jahresumsatz Ihres Betriebes (gemeint ist der Nettoumsatz, der an Ihrer Arbeitsstätte erwirtschaftet wird)?



Frage 31, 32

Angaben in Prozent - n = 1.040

Wissen Sie, wie hoch Ihre jährliche Stromrechnung ungefähr ausfällt?



Frage 33

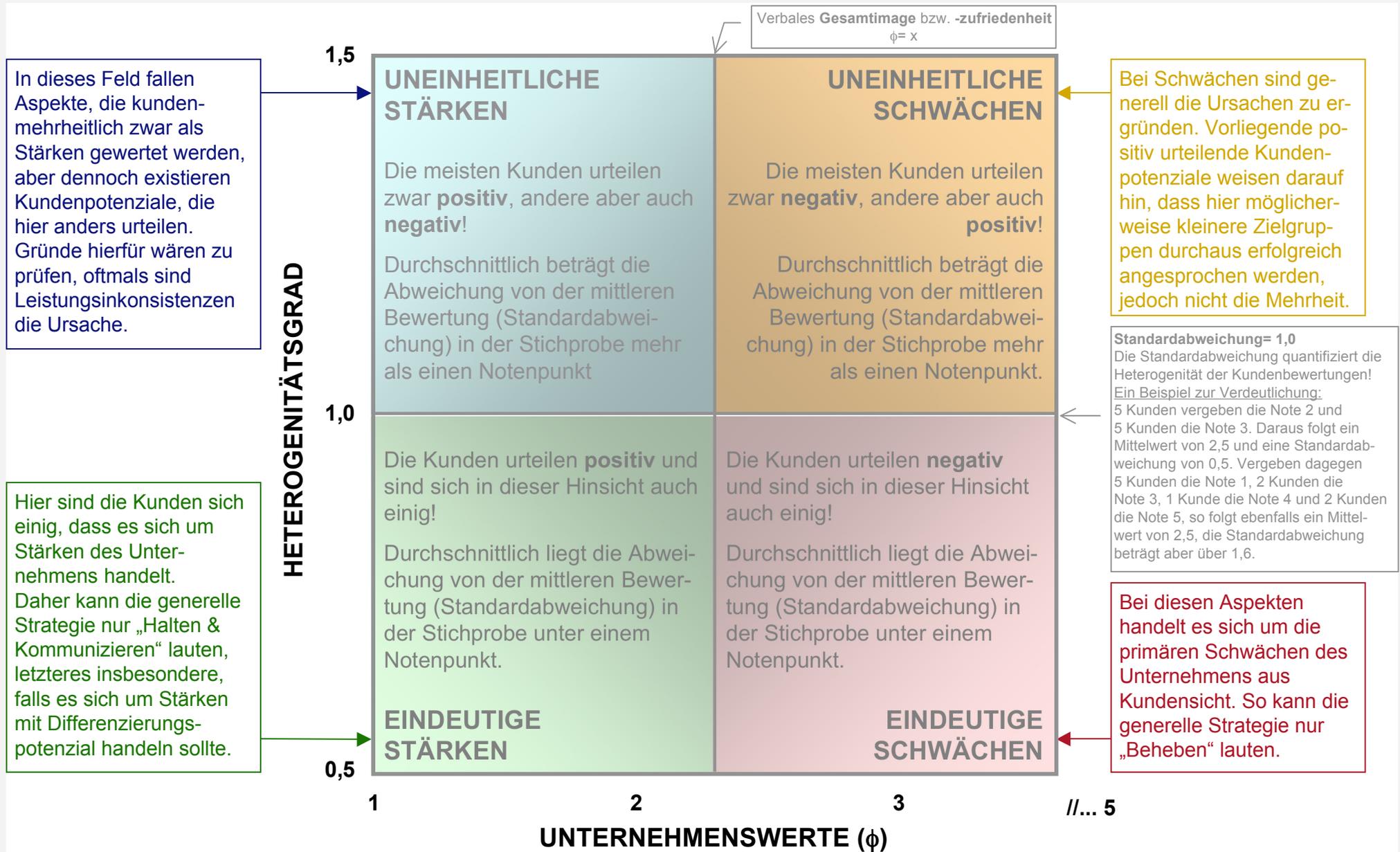
Angaben in Prozent

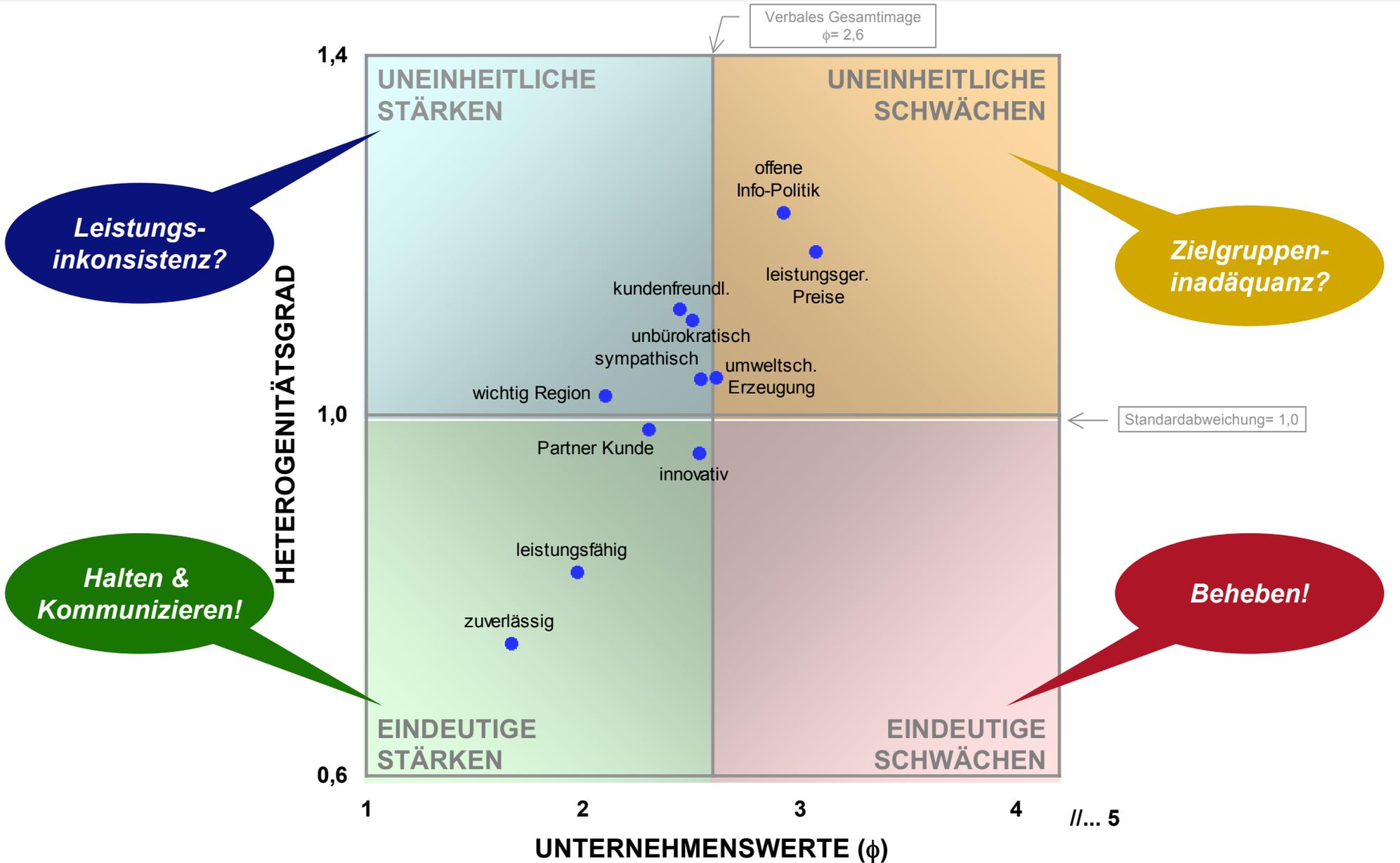


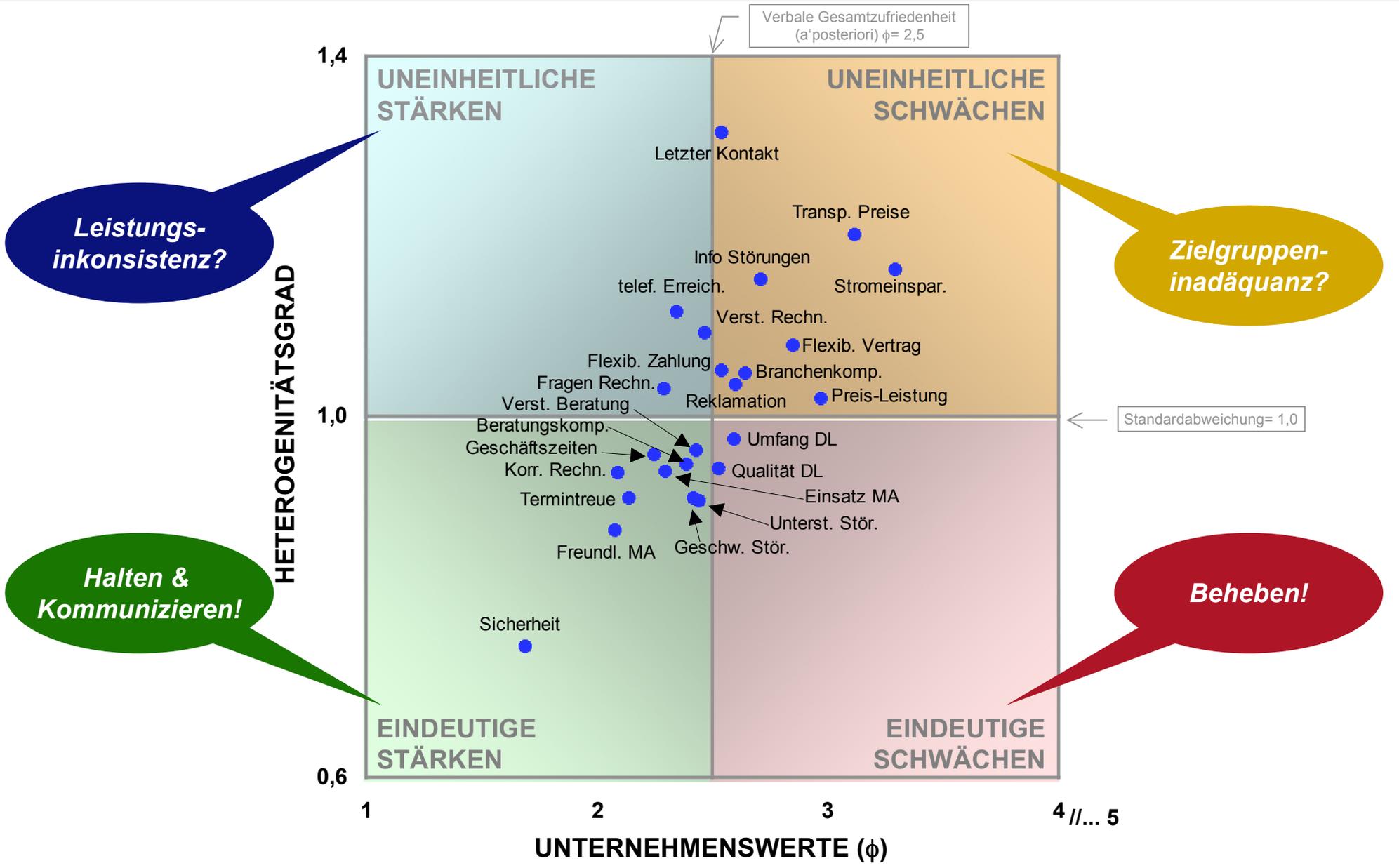
**Unternehmens-Check „Stromversorger“ — Erläuterung**

**Unternehmens-Check Stromversorger — Unternehmensimage**

**Unternehmens-Check Stromversorger — Kundenzufriedenheit**







**Leistungsinkonsistenz?**

**Zielgruppeninadäquanz?**

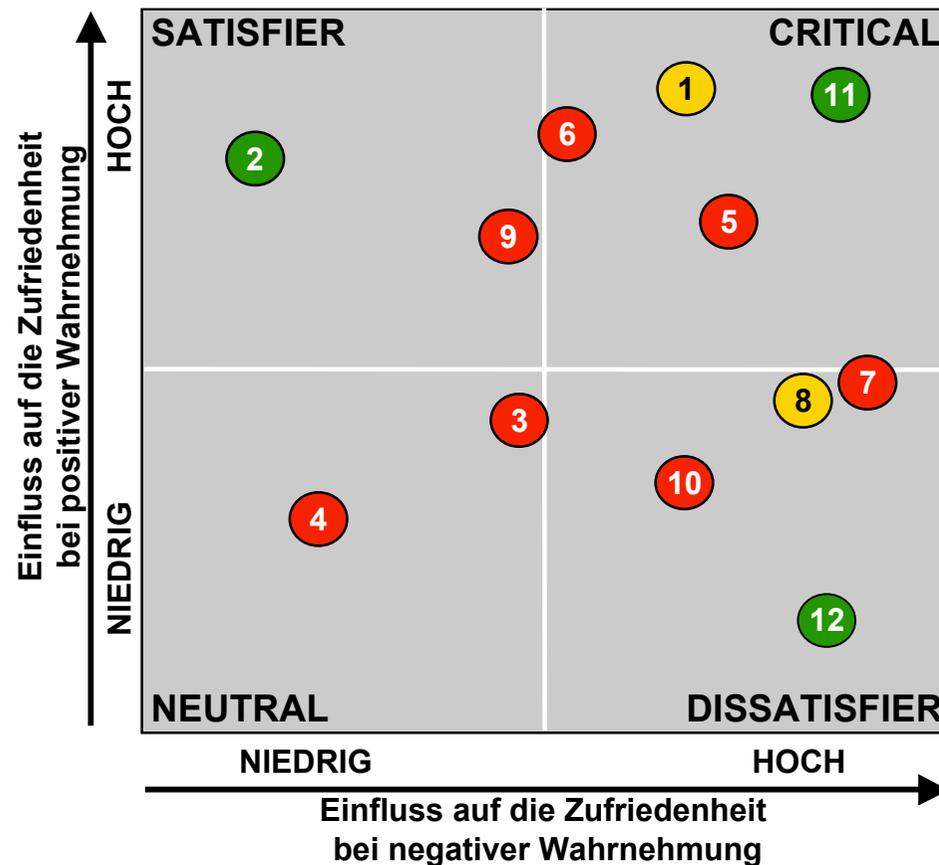
**Halten & Kommunizieren!**

**Beheben!**

**Aufgabe & Hintergrund der Treiberanalyse**

**Treiberanalyse**

**Bindungsanalyse**



Erfüllung der Kundenzufriedenheits-/Qualitätsaspekte für Satisfier, Criticals und Dissatisfier (Prozent auf Basis ohne Anteil „kann ich nicht beurteilen“):

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

## AUFGABE:

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

## HINTERGRUND:

Zu unterscheiden sind:

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

### \ Criticals

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

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

### \ Dissatisfier

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

### \ Satisfier

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

### \ Neutrals

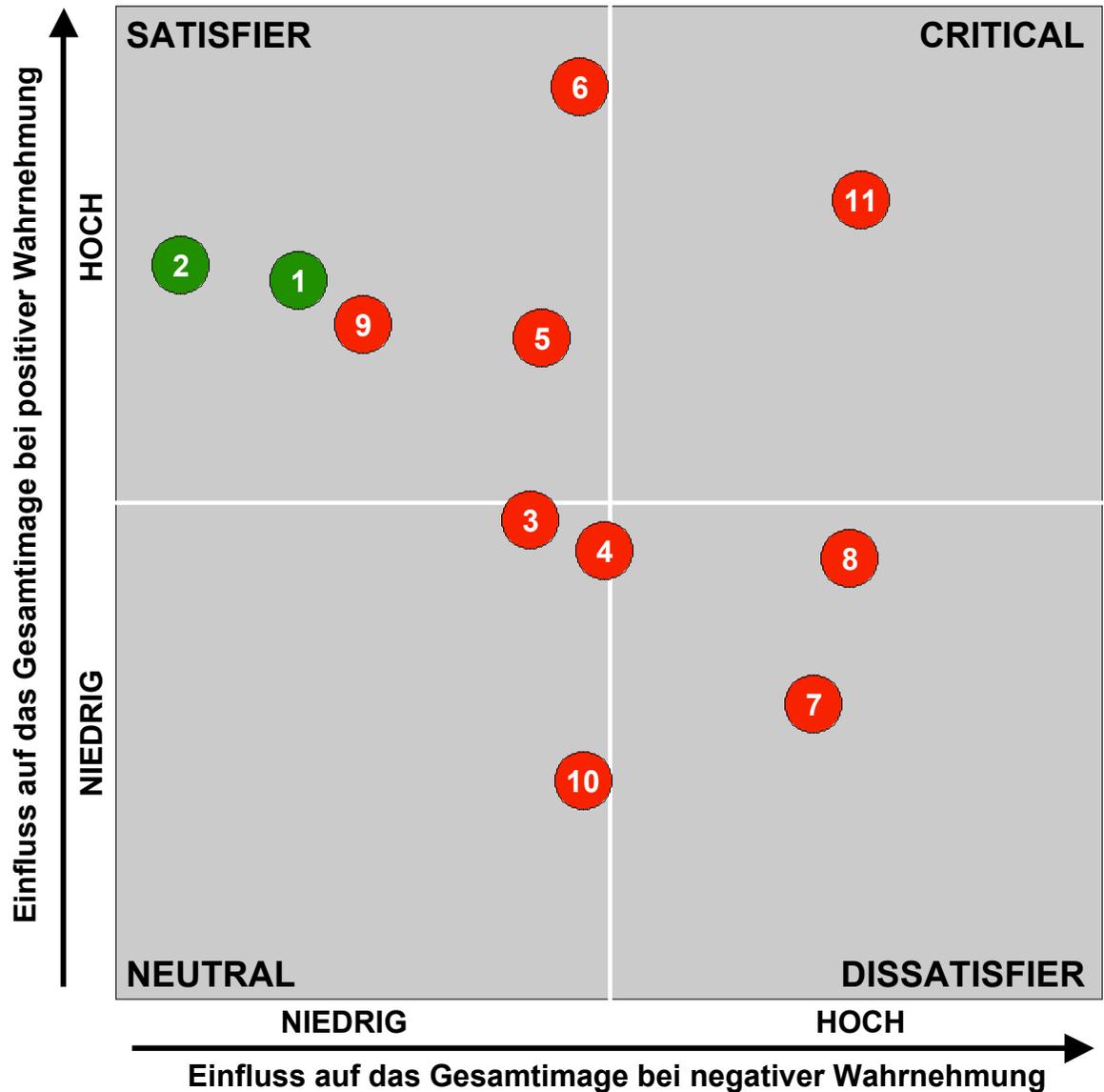
Neben dem indirekten Einfluss der Detailimages und Detailzufriedenheiten auf die Kundenbindung über das Gesamtimage und die Gesamtzufriedenheit lässt sich auch der direkte Einfluss der Detailspekte auf die Kundenbindung analysieren. In diesem Fall wird zwischen

### \ Criticals

### \ Deloyalizern

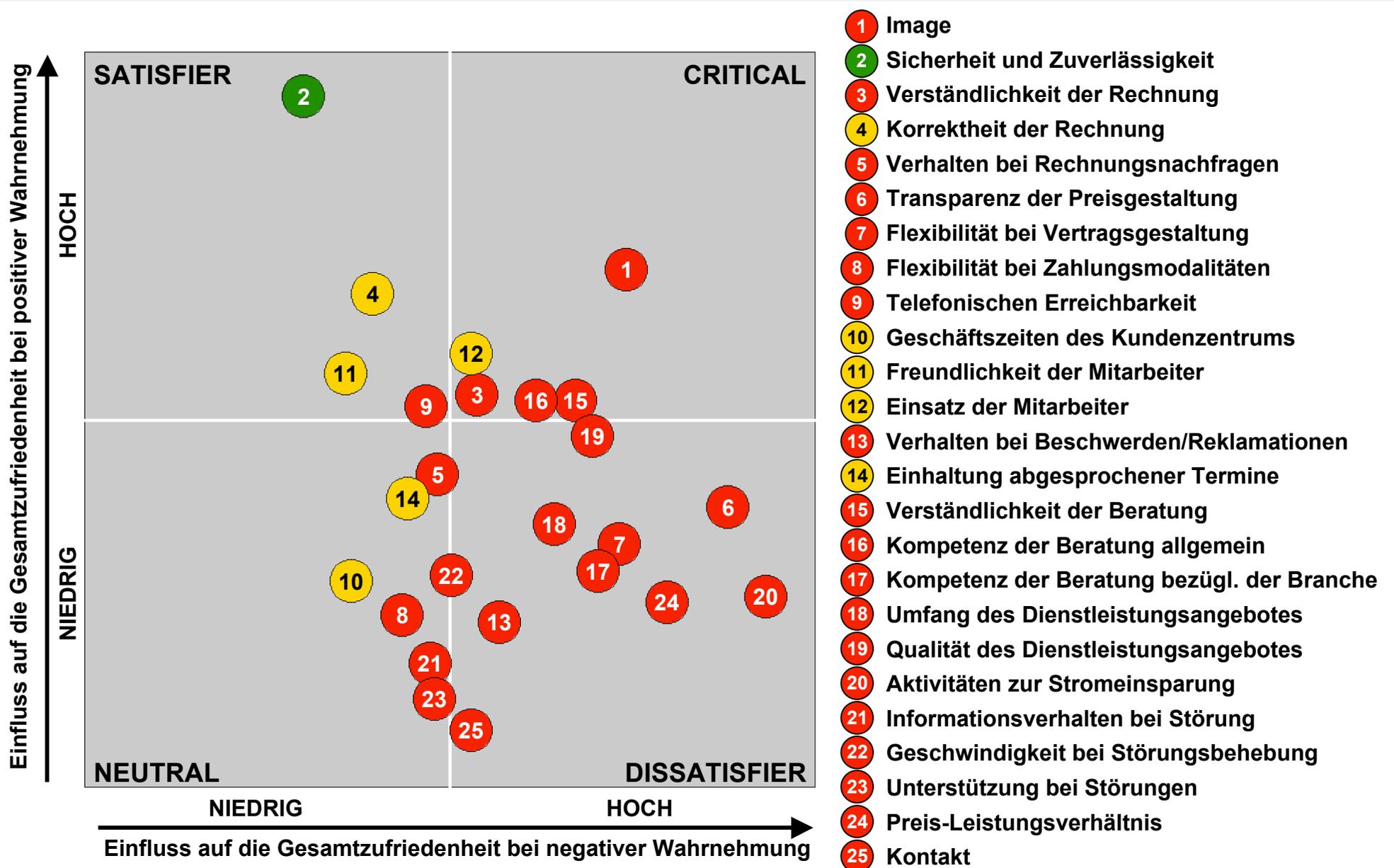
### \ und Loyalizern

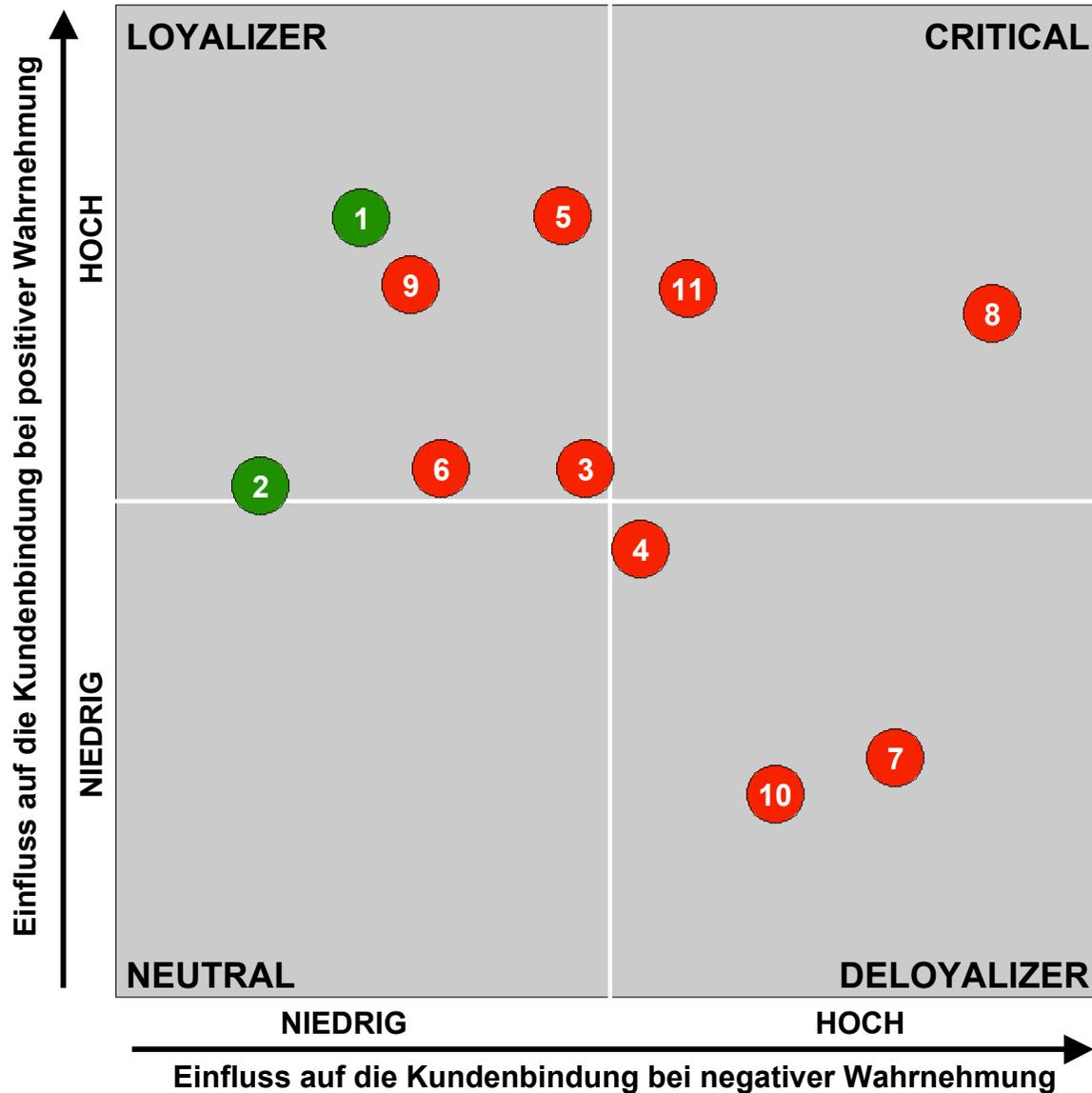
differenziert.



- 1 leistungsfähig
- 2 zuverlässig
- 3 unbürokratisch
- 4 innovativ
- 5 kundenfreundlich
- 6 kompetent Partner seiner Kunden
- 7 leistungsgerechte Preisgestaltung
- 8 offene und ehrliche Informationspolitik
- 9 wichtig für die Region
- 10 umweltschonende Stromerzeugung
- 11 sympathisch

# Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit





- 1 leistungsfähig
- 2 zuverlässig
- 3 unbürokratisch
- 4 innovativ
- 5 kundenfreundlich
- 6 kompetent Partner seiner Kunden
- 7 leistungsgerechte Preisgestaltung
- 8 offene und ehrliche Informationspolitik
- 9 wichtig für die Region
- 10 umweltschonende Stromerzeugung
- 11 sympathisch

# Bindungsanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Kundenbindung

