

**BDEW-Kundenfokus Gewerbekunden  
Bundesstudie 2007**

**Ausgewählte Ergebnisse**

Januar 2008

**bdew**

Energie. Wasser. Leben.

Wir machen Märkte *transparent.*

**promit**  
Marktforschung

Der BDEW-Kundenfokus 2007 .....	3
Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick .....	4
Bekanntheit von Energieversorgern .....	5
Gesamtzufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt der Energieversorger .....	6
A'priori-Gesamtzufriedenheit mit den Energieversorgern .....	7
Image der Energieversorger .....	8
Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit .....	11
Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses .....	19
A'posteriori-Gesamtzufriedenheit mit den Energieversorgern .....	20
Wechselverhalten im Strommarkt .....	21
Verbleibswahrscheinlichkeit und Weiterempfehlungsquote .....	22
Kundenbindungsindex .....	23
Wechselverhalten im Erdgasmarkt .....	24
Zufriedenheit mit der Versorgungssicherheit – Erdgas .....	25
Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses – Erdgas .....	26
Gesamtzufriedenheit – Erdgas .....	27
Verbleibswahrscheinlichkeit und Weiterempfehlungsquote – Erdgas .....	28
Kundenbindungsindex – Erdgas .....	29
Ergebnisse der Modellanalyse .....	30

## Ausgangslage

Der BDEW-Kundenfokus Gewerbe dient der Energiewirtschaft 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 BDEW-Kundenfokus Gewerbe stellt wichtige Kundeninformationen zur Konzeption von Strategien und Vorbereitung von Entscheidungen in Marketing und Vertrieb der Energieversorgungsunternehmen zur Verfügung.

## Projektanlage

Der BDEW-Kundenfokus Gewerbe ist als Multi Client-Studie angelegt: Repräsentative Daten für das Bundesgebiet liefert eine Benchmark-Untersuchung im Auftrag des BDEW. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden im Herbst 2007 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 2008 nach Abschluss aller Individualuntersuchungen den Teilnehmern zur Verfügung gestellt.

Im BDEW-Kundenfokus Gewerbe 2007 sind die Modelle ProSatisfier und ProQualifier integriert, die detaillierte Informationen zum Handlungsbedarf aufzeigen.

## Durchführungszeitraum

Die Datenerhebung für die Individualstudie der Energieversorger erfolgte anhand von durchschnittlich 25-minütigen Telefoninterviews (CATI) in der Zeit vom 5. November bis zum 7. Dezember 2007. Befragt wurden Inhaber/Geschäftsführer oder Einkaufs-/Technikleiter.

## Energieversorger in der Öffentlichkeit

- ▶ E.ON weist die höchste ungestützte Bekanntheit auf (66,7%). Danach folgt RWE mit einem Anteil von 41,6%.
- ▶ Hauptwahrnehmungsquellen sind die Artikel/Berichterstattung (36,9%) und Anzeigen (19,2%) in Tageszeitungen sowie Mailing-Aktionen (18,8%).
- ▶ Fast die Hälfte der Befragten (45,3%) können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern. Die höchste Werbeerinnerung weisen Mailing-Aktionen und Tageszeitungen auf. Die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt des Energieversorgers ist nur durchschnittlich.

## Einflussgrößen der Kundenbeziehung

- ▶ Die Imagestärken der Energieversorger sind die Zuverlässigkeit (Top-2: 92,2%) und die Leistungsfähigkeit des Unternehmens (Top-2: 70,8%). Imageschwächen zeigen sich insbesondere in der Offenheit und Ehrlichkeit der Informationspolitik (Bottom-2: 33,4%) und der leistungsgerechten Preisgestaltung (Bottom-2: 33,2%).
- ▶ Die höchste Zufriedenheit besteht bezüglich der sicheren und zuverlässigen Energieversorgung (Top-2: 87,4%) sowie der Freundlichkeit der Mitarbeiter (Top-2: 73,7%) und der Korrektheit der Rechnung (Top-2: 70,4%). Unzufriedenheit herrscht hinsichtlich der Aktivitäten der Energieversorger zur Stromeinsparung bei den Kunden beizutragen (Bottom-2: 37,5%), der Transparenz der Preisgestaltung (Bottom-2: 36,7%) und der Flexibilität der Vertragsgestaltung (Bottom-2: 23,7%).
- ▶ Das Preis-Leistungsverhältnis wird von rund einem Drittel der Befragten als angemessen erachtet.
- ▶ Die Gesamtzufriedenheit mit dem Energieversorger ist nur durchschnittlich (Top-2: 51,1%; 9,5% sind eher unzufrieden).

## Wettbewerb in der Stromwirtschaft

- ▶ Die aktuelle Wechselquote liegt bei 9,3%.
- ▶ Die Verbleibswahrscheinlichkeit der Kunden beim aktuellen Stromversorger ist durchschnittlich (Top-2: 44,4%). 14,0% halten den Verbleib beim aktuellen Stromversorger für eher unwahrscheinlich.
- ▶ Die Weiterempfehlungsquote als zusätzlicher Indikator für die Kundenbindung ist gering (Bottom-2: 25,5%).
- ▶ Im Vergleich zu anderen Stromversorgern beurteilt die überwiegende Mehrheit der Befragten ihren aktuellen Versorger als zumindest gleichwertig.

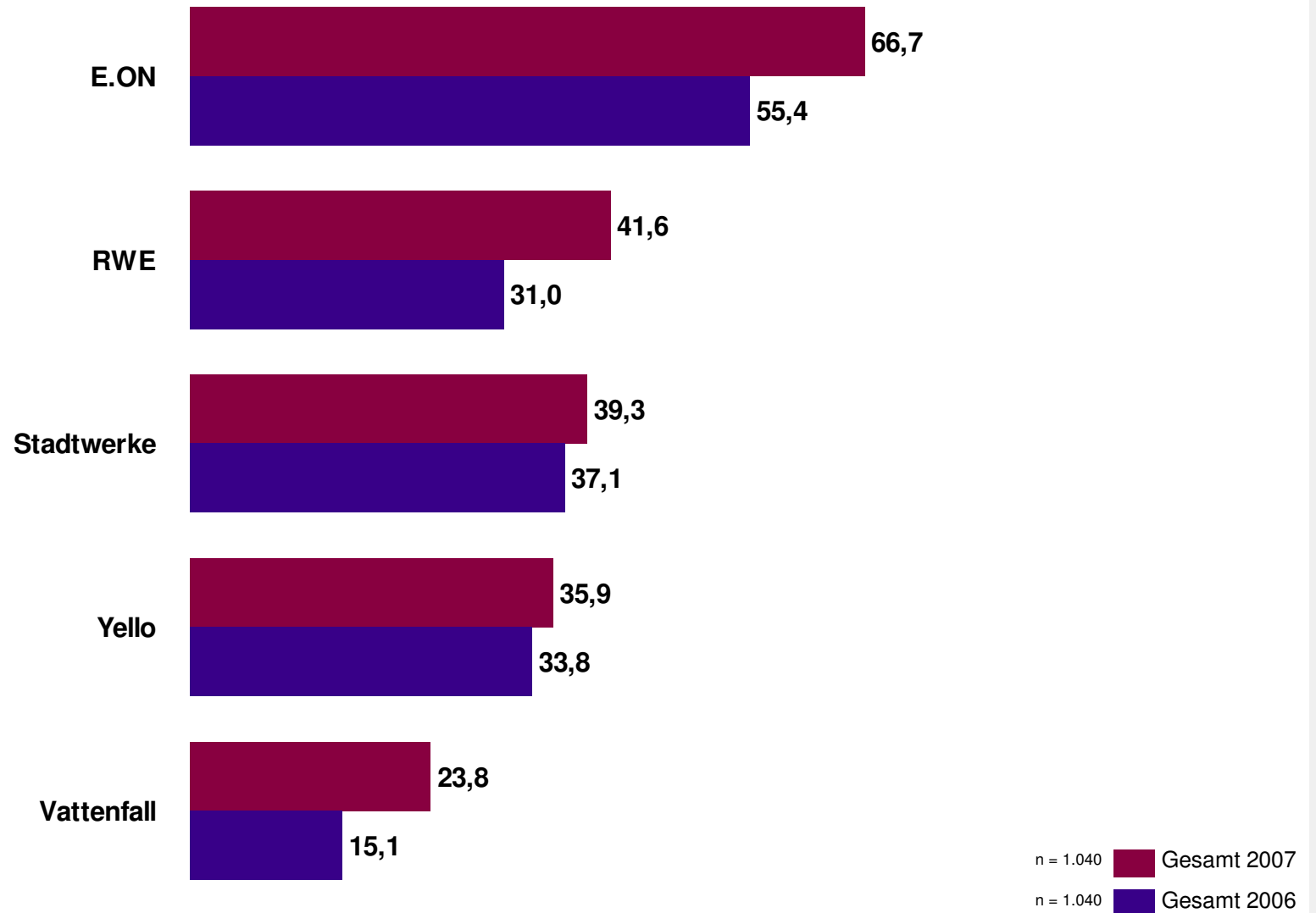
## Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

- ▶ Die Zufriedenheit mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung ist hoch (Top-2: 77,7%).
- ▶ Knapp ein Drittel beurteilt das Preis-Leistungsverhältnis im Bereich Erdgas als angemessen.
- ▶ Die Gesamtzufriedenheit mit den Erdgasversorgern ist durchschnittlich (Top-2: 47,6%; 11,4 sind eher unzufrieden)
- ▶ Die Verbleibswahrscheinlichkeit der Kunden beim aktuellen Erdgasversorger ist eher gering (Bottom-2: 18,5%).
- ▶ Die Weiterempfehlungsquote des aktuellen Erdgasversorgers ist gering (Bottom-2: 24,6%).



# Bekanntheit von Energieversorgern

Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein?  
(die fünf häufigsten Nennungen)

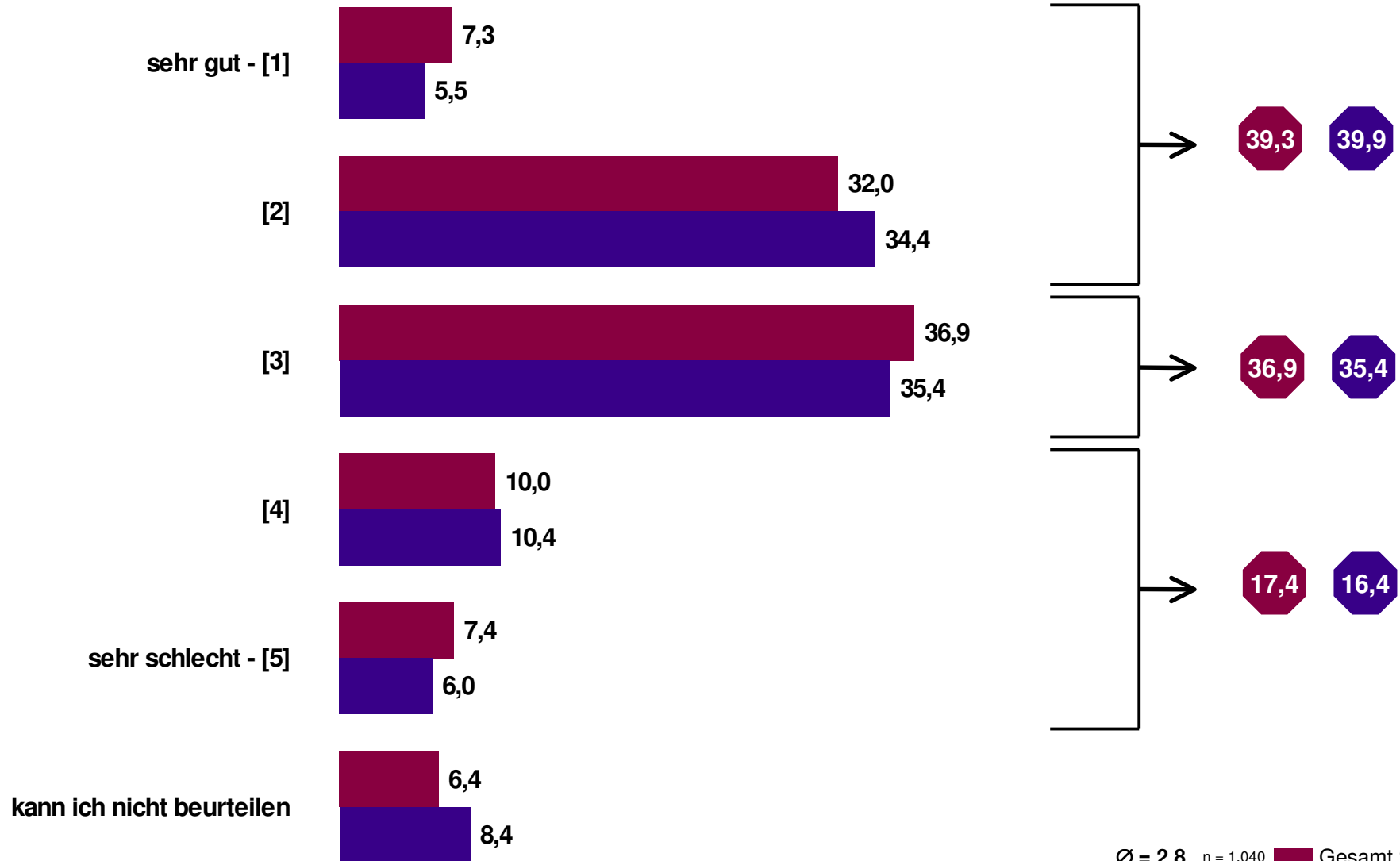


Frage 1

Angaben in Prozent

# Gesamtzufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt des Energieversorgers

Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers?



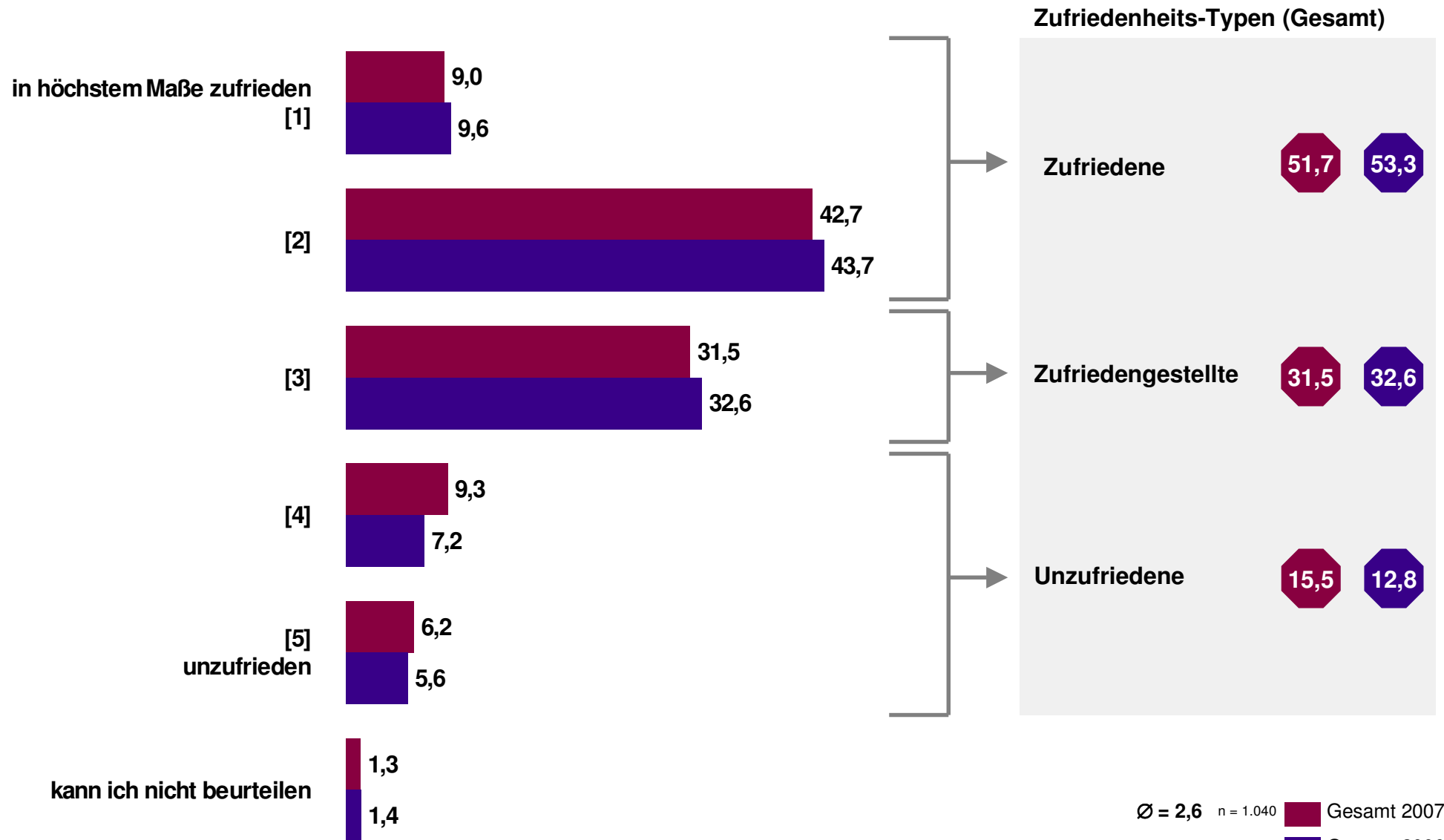
Ø = 2,8 n = 1.040 Gesamt 2007  
 Ø = 2,7 n = 1.040 Gesamt 2006

Frage 16

Angaben in Prozent

# A'Priori-Zufriedenheit mit dem Energieversorger

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



Ø = 2,6 n = 1.040 ■ Gesamt 2007  
 Ø = 2,5 n = 1.040 ■ Gesamt 2006

Frage 13

Angaben in Prozent

# Image des Energieversorgers (Teil 1)

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

1,7

... ist ein leistungsfähiges Unternehmen

2,8

7,4 70,8

4,7 73,2

0,5

... ist ein zuverlässiger Versorger

0,3

1,4 92,2

1,4 92,3

2,7

... arbeitet unbürokratisch

3,8

17,5 45,4

18,7 53,8

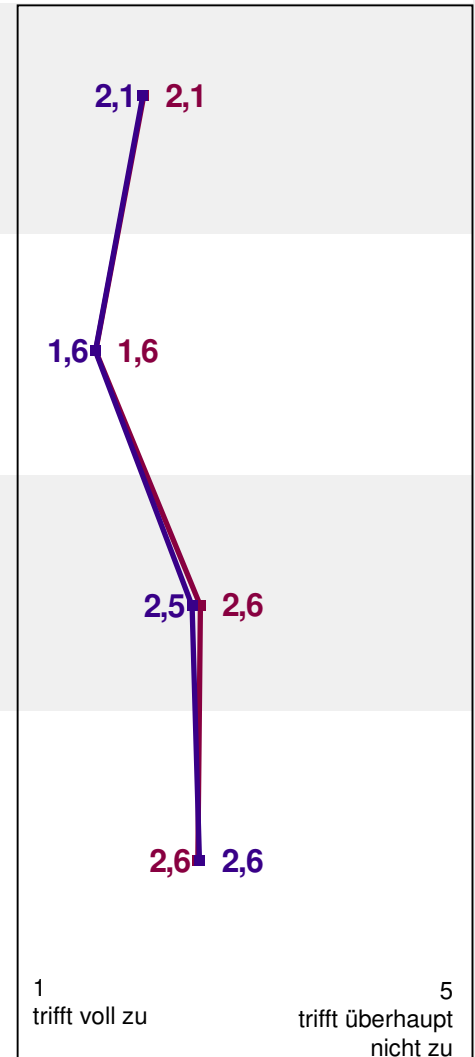
5,2

... ist innovativ

7,8

15,1 46,4

13,8 44,5



Frage 17

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2007 n = 1.040 Gesamt 2006



# Image des Energieversorgers (Teil 2)

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

1,8

... ist kundenfreundlich

2,2

13,7 59,8

14,6 61,2

1,6

... ist ein kompetenter Partner  
seiner Kunden

1,7

10,6 62,6

11,6 66,6

5,5

... bietet eine leistungs-  
gerechte Preisgestaltung

9,5

33,2 31,6

30,7 28,6

5,0

... betreibt eine offene und  
ehrliche Informationspolitik

8,6

33,4 35,5

25,3 33,6

2,4 2,5

2,3 2,3

3,1 3,1

2,9 3,0

1  
trifft voll zu

5  
trifft überhaupt  
nicht zu

Frage 17

Angaben in Prozent

n = 1.040 ■ Gesamt 2007 n = 1.040 ■ Gesamt 2006

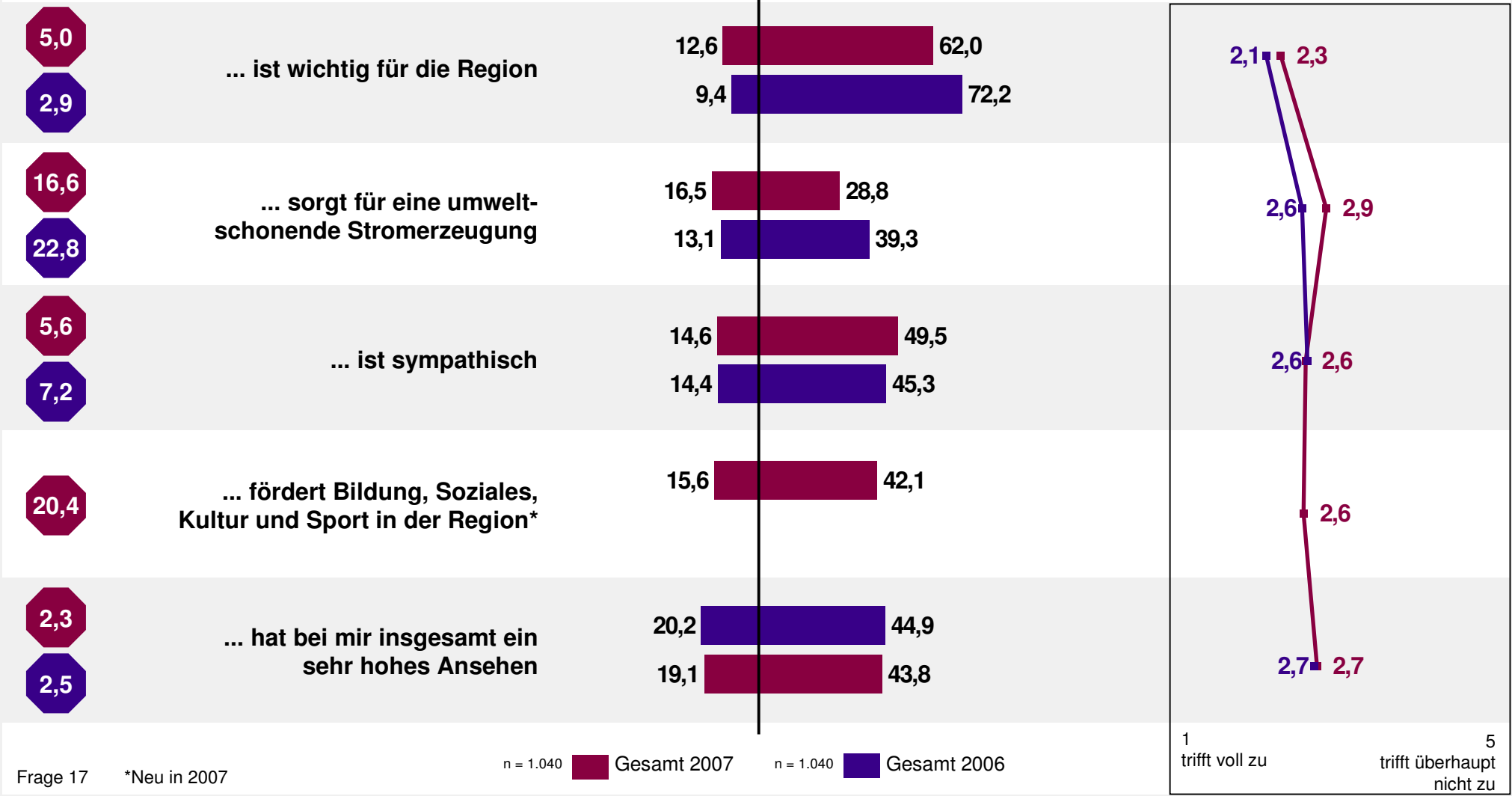
# Image des Energieversorgers (Teil 3)

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung



Frage 17 \*Neu in 2007

n = 1.040 Gesamt 2007 | n = 1.040 Gesamt 2006

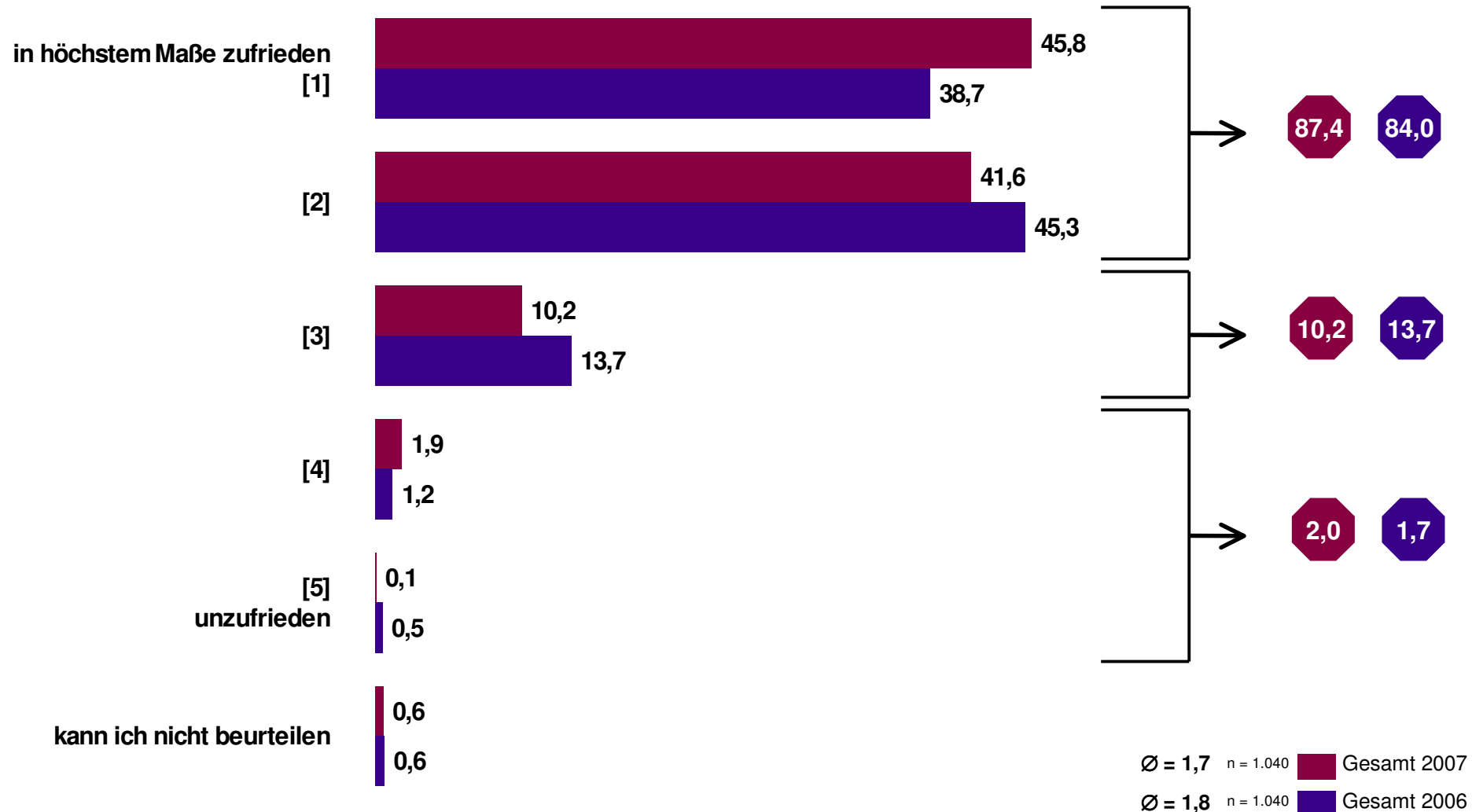
1 trifft voll zu | 5 trifft überhaupt nicht zu

Angaben in Prozent

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Energieversorgers? 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 Energieversorgers? 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

29,2

22,4

... dem Informationsverhalten  
des Versorgers bei Störungen  
im Leitungsnetz

12,3

39,3

16,4

41,9

33,9

24,5

... der Geschwindigkeit der  
Störungsbehebung

3,1

44,2

7,9

52,6

45,4

40,2

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

7,9

31,8

6,0

38,3

2,6 2,6

2,2 2,3

2,2 2,5

Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040

Gesamt 2007

n = 1.040

Gesamt 2006

1  
in höchstem  
Maße zufrieden

5  
unzufrieden

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit – Rechnung

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Energieversorgers? 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

2,7

1,2

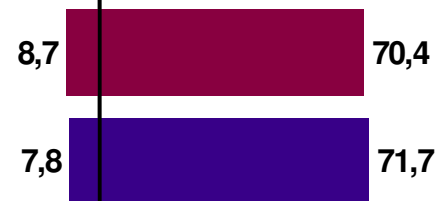
... der Verständlichkeit der Rechnung



6,8

5,9

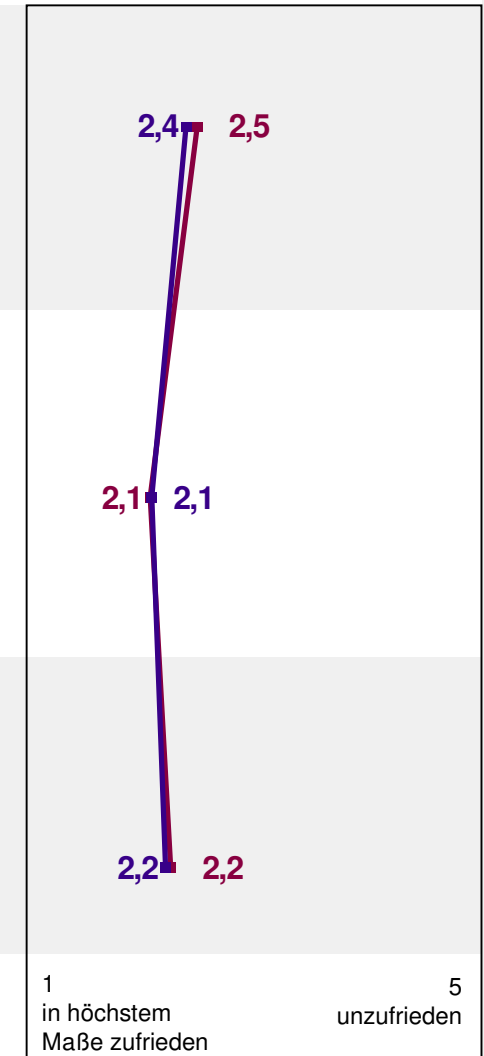
... der Korrektheit der Rechnung



25,2

18,6

... dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung



Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040

Gesamt 2007

n = 1.040

Gesamt 2006

1 in höchstem Maße zufrieden

5 unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Energieversorgers? 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

4,8

6,1

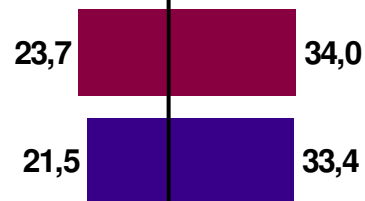
... der Transparenz der  
Preisgestaltung



12,3

14,5

... der Flexibilität bei der  
Vertragsgestaltung



14,1

15,2

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



3,1 3,1

2,9 2,9

2,6 2,6

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2007 | n = 1.040 Gesamt 2006

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit – Erreichbarkeit & Termine

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Energieversorgers? 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

9,8

... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger

9,7



19,9

... den Geschäftszeiten Ihres Energieversorgers

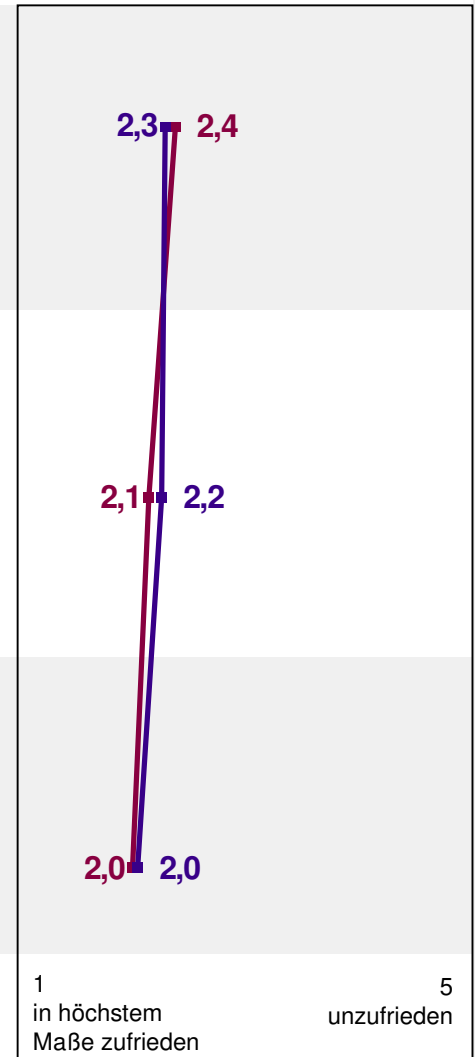
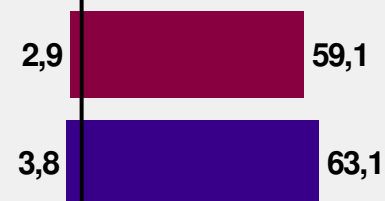
17,4



26,5

... der Einhaltung abgesprochener Termine

19,2



Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 ■ Gesamt 2007 n = 1.040 ■ Gesamt 2006

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit – Mitarbeitermerkmale

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Energieversorgers? 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

7,7

9,3

... der Freundlichkeit der  
Mitarbeiter

3,3 73,7

5,9 69,1

17,0

16,2

... dem Einsatz der Mitarbeiter

4,4 57,0

4,5 57,7

36,6

27,1

... dem Verhalten bei  
Beschwerden/Reklamationen

7,3 34,3

10,4 42,9

2,0 2,1

2,2 2,2

2,5 2,5

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2007 | n = 1.040 Gesamt 2006



# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit – Beratungskompetenz

Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihres Energieversorgers? 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

27,0

23,3

... der Verständlichkeit von  
Beratungsleistungen Ihres  
Energieversorgers

6,3 48,9

6,9 50,0

21,0

20,4

... der Beratungskompetenz  
Ihres Energieversorgers  
allgemein

5,6 46,5

5,4 47,2

30,2

32,2

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

13,1 33,5

10,3 34,2

2,3 2,3

2,4 2,4

2,6 2,7

Frage 18

Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2007 n = 1.040 Gesamt 2006

1 in höchstem Maße zufrieden 5 unzufrieden

# Generelle Aspekte der Kundenzufriedenheit – Beratungsumfang & -qualität

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

Anteile - Gesamt  
„kann ich nicht beurteilen“

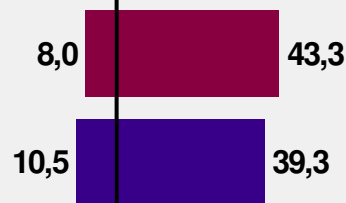
Bottom-Two-Boxes  
(Note 4 + 5)  
Top-Two-Boxes  
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

16,8

21,3

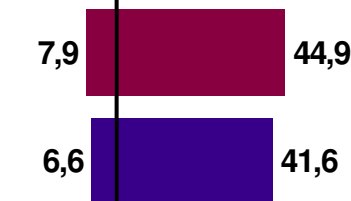
... dem Umfang des  
Beratungs- und  
Dienstleistungsangebot



21,3

25,6

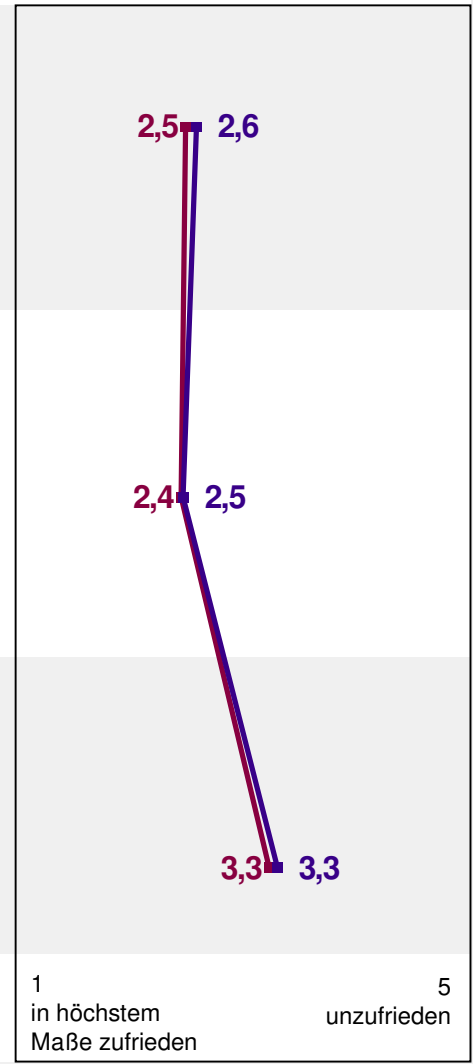
... der Qualität des Beratungs-  
und Dienstleistungsangebot



9,3

10,7

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



Frage 18

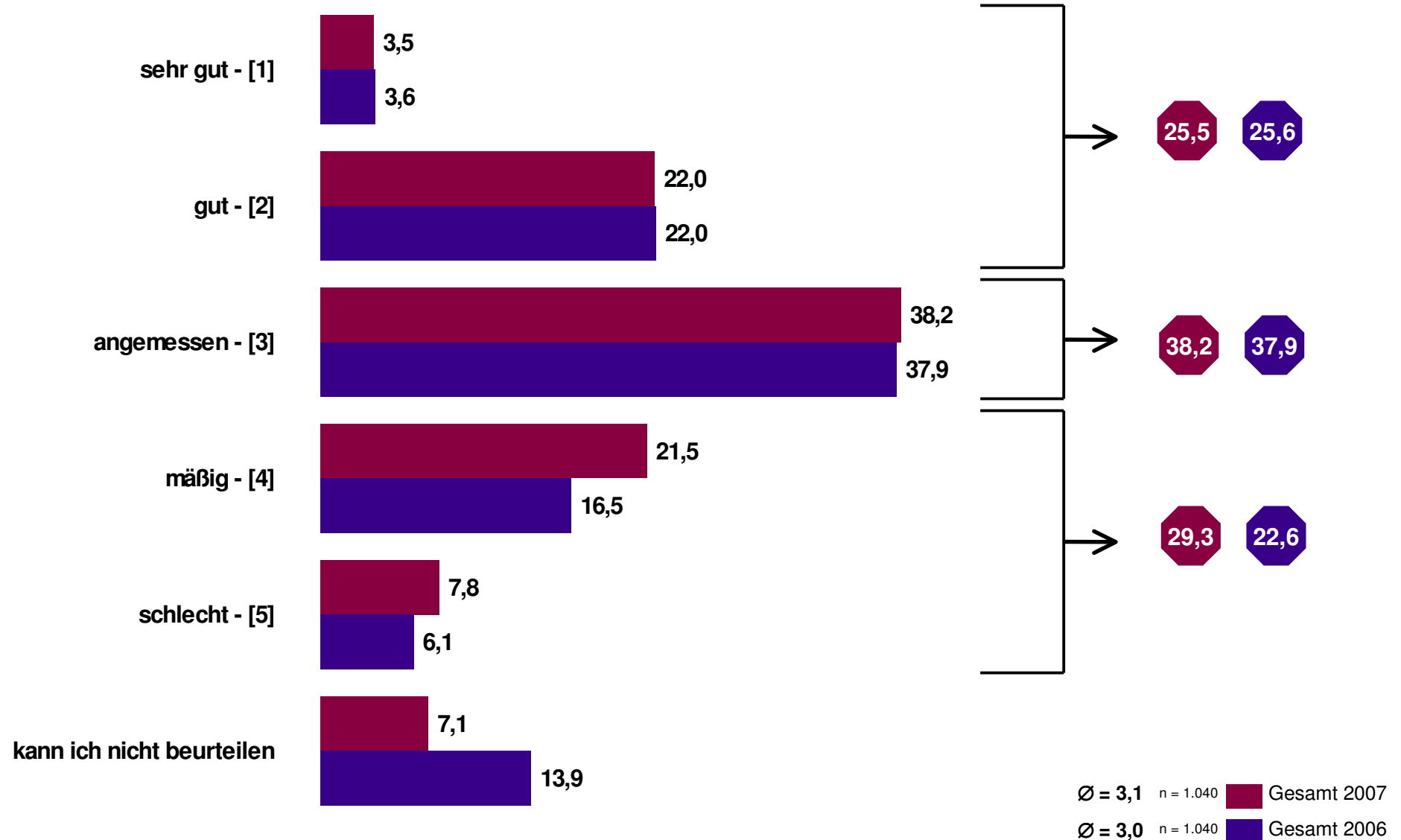
Angaben in Prozent

n = 1.040 Gesamt 2007 n = 1.040 Gesamt 2006

1 in höchstem Maße zufrieden 5 unzufrieden

# Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

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

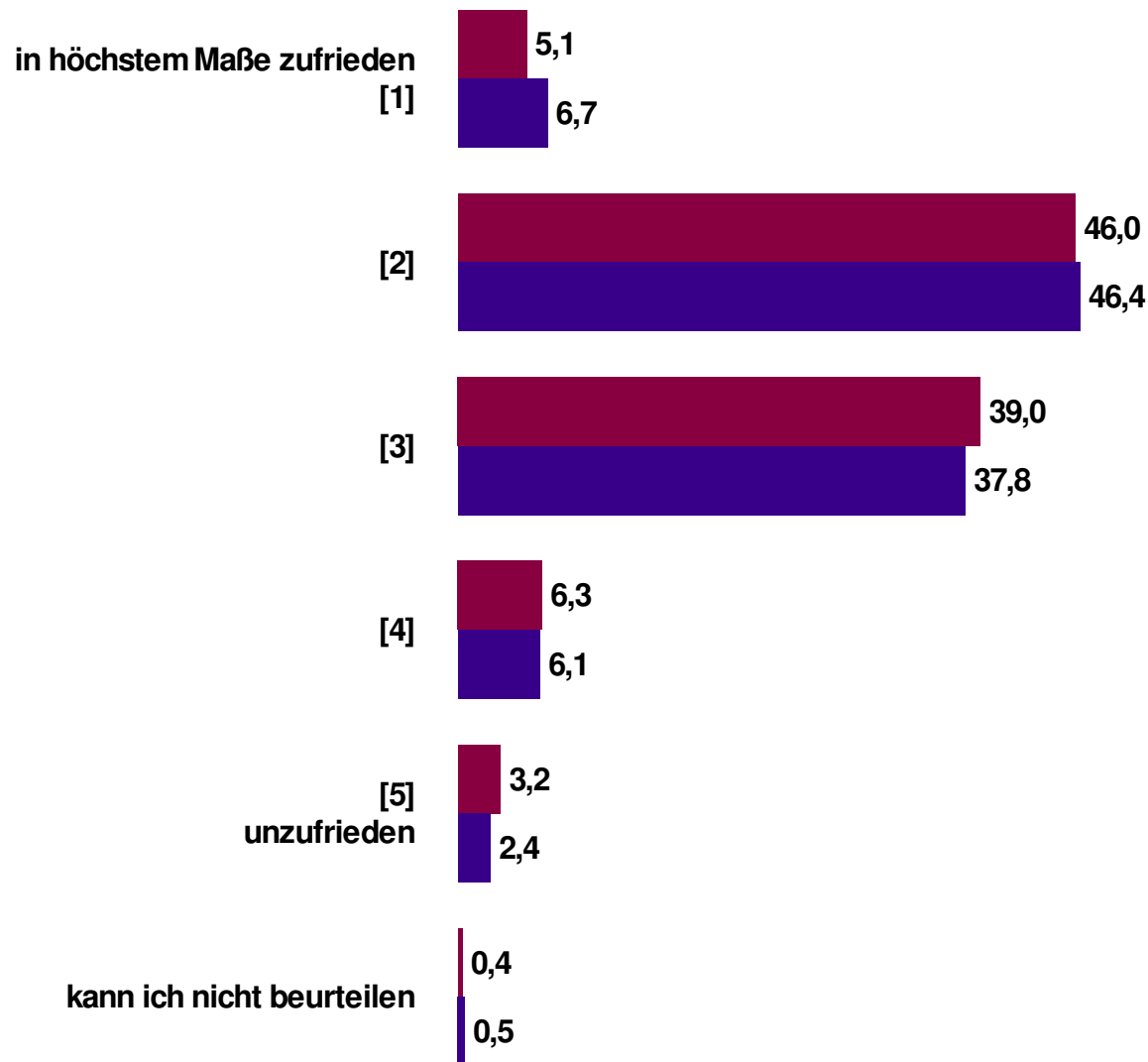


Frage 19

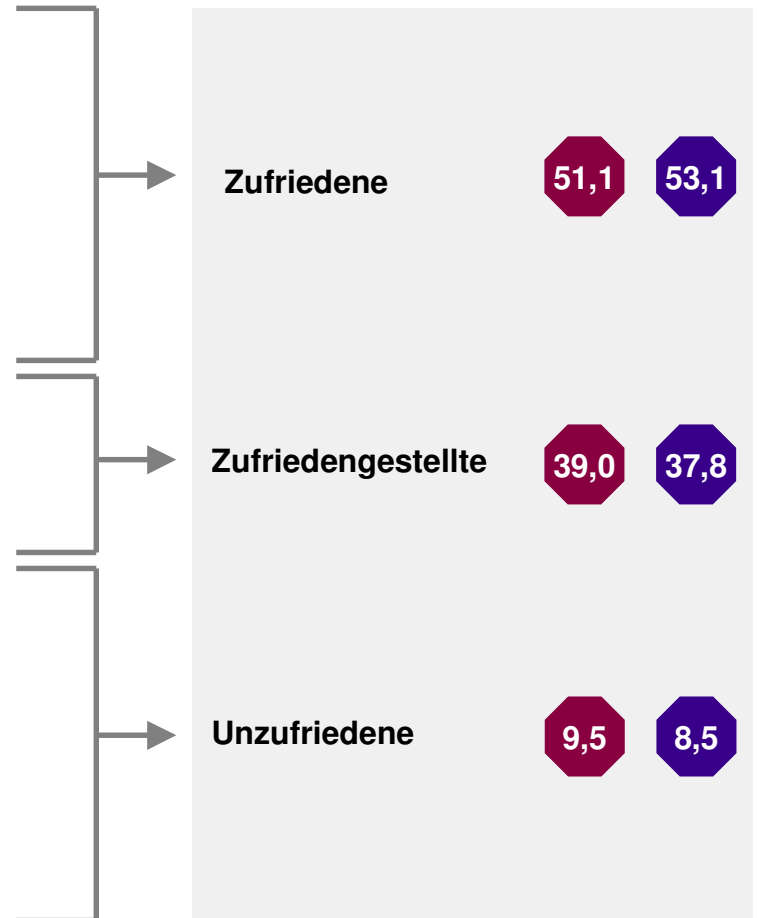
Angaben in Prozent

# Gesamtzufriedenheit mit dem Energieversorger

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



## Zufriedenheits-Typen (Gesamt)



Ø = 2,6 n = 1.040 ■ Gesamt 2007  
 Ø = 2,5 n = 1.040 ■ Gesamt 2006

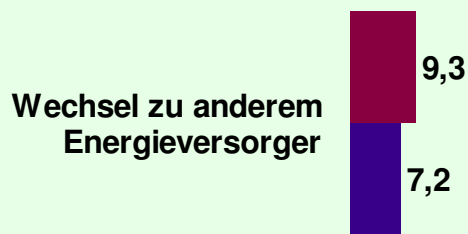
Frage 22

Angaben in Prozent



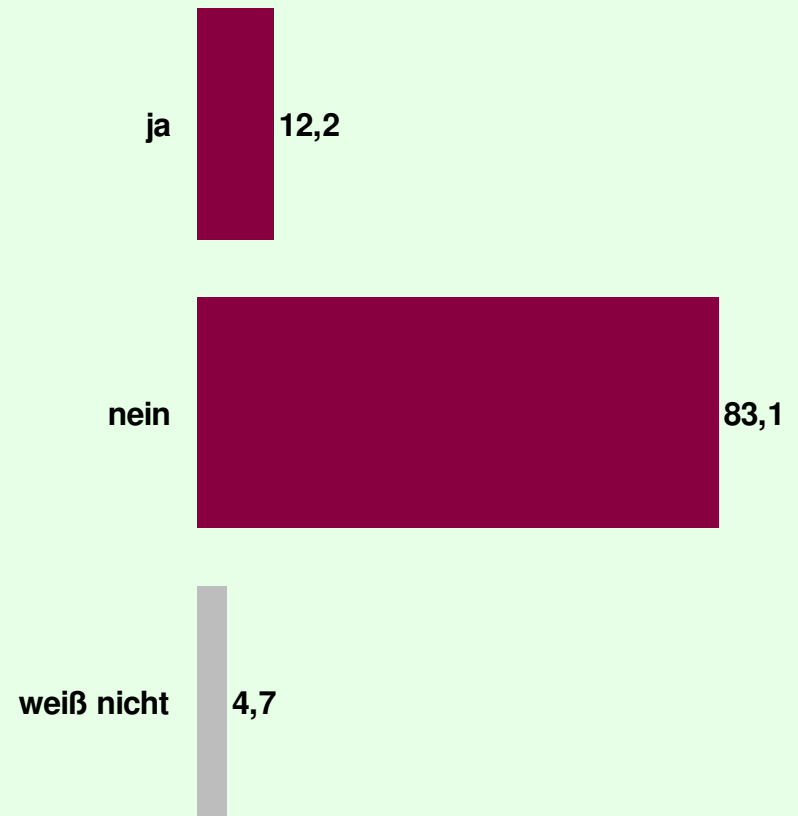
# Wechselverhalten im Strommarkt

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?



n = 1.040 Gesamt 2007  
 n = 1.040 Gesamt 2006

Haben Sie sich für ein Ökostromprodukt entschieden?\*



n = 501 Gesamt 2007

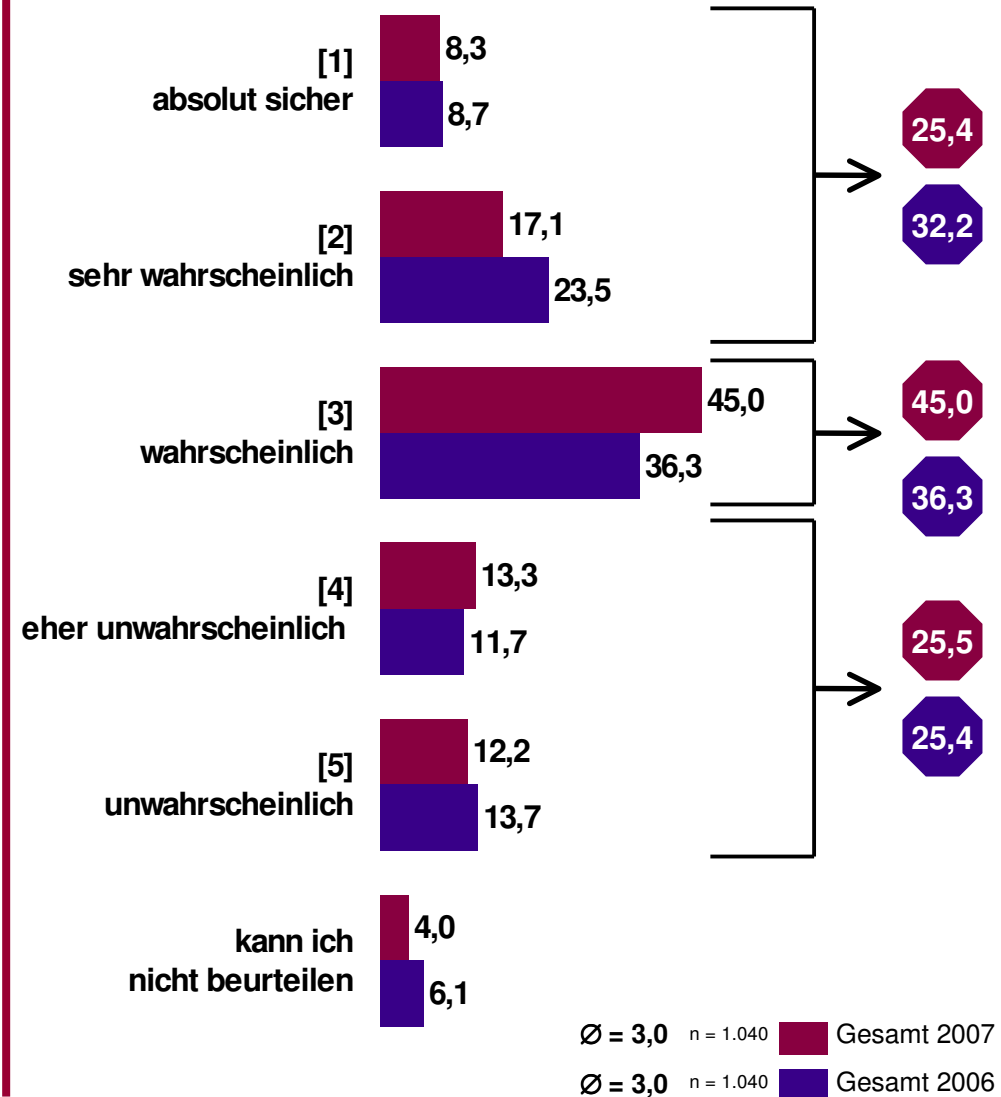
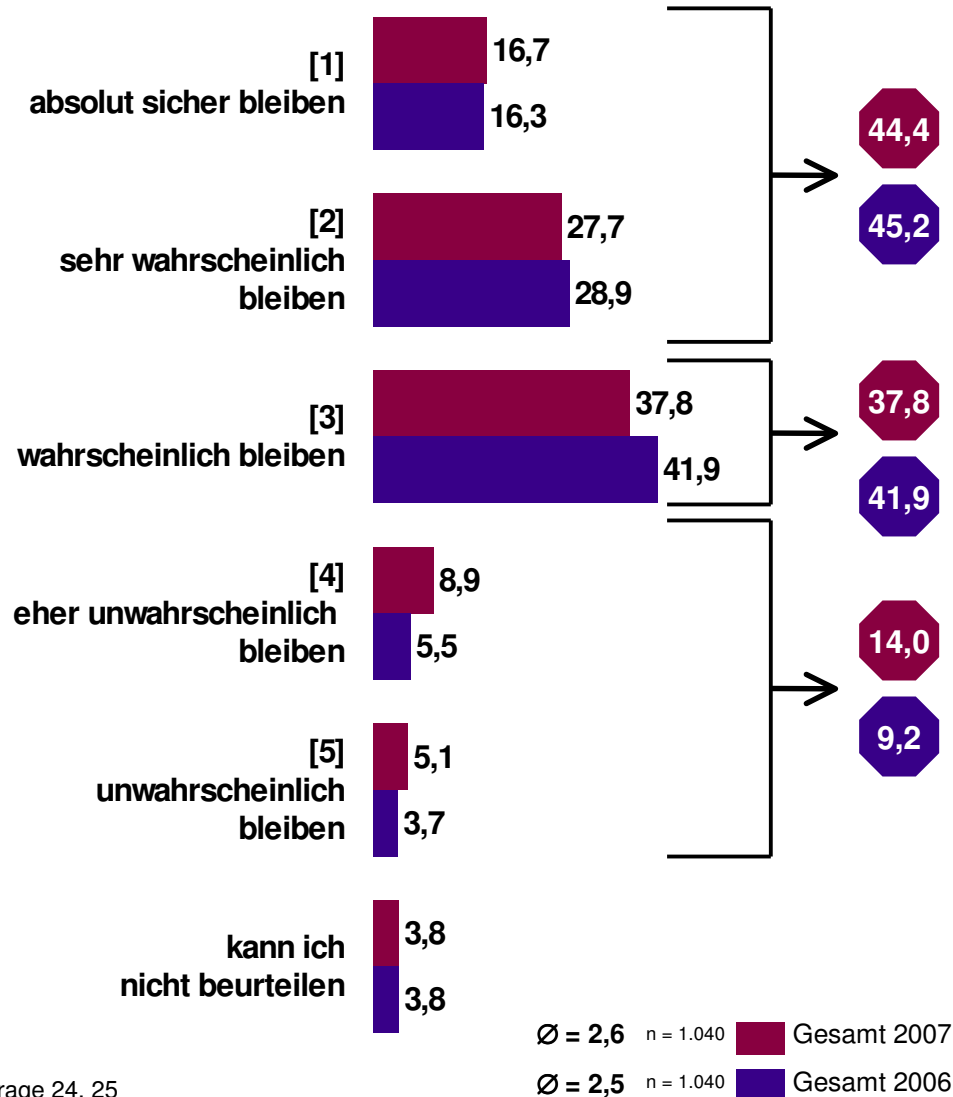
Frage 4, 11 \*Neu in 2007

Angaben in Prozent

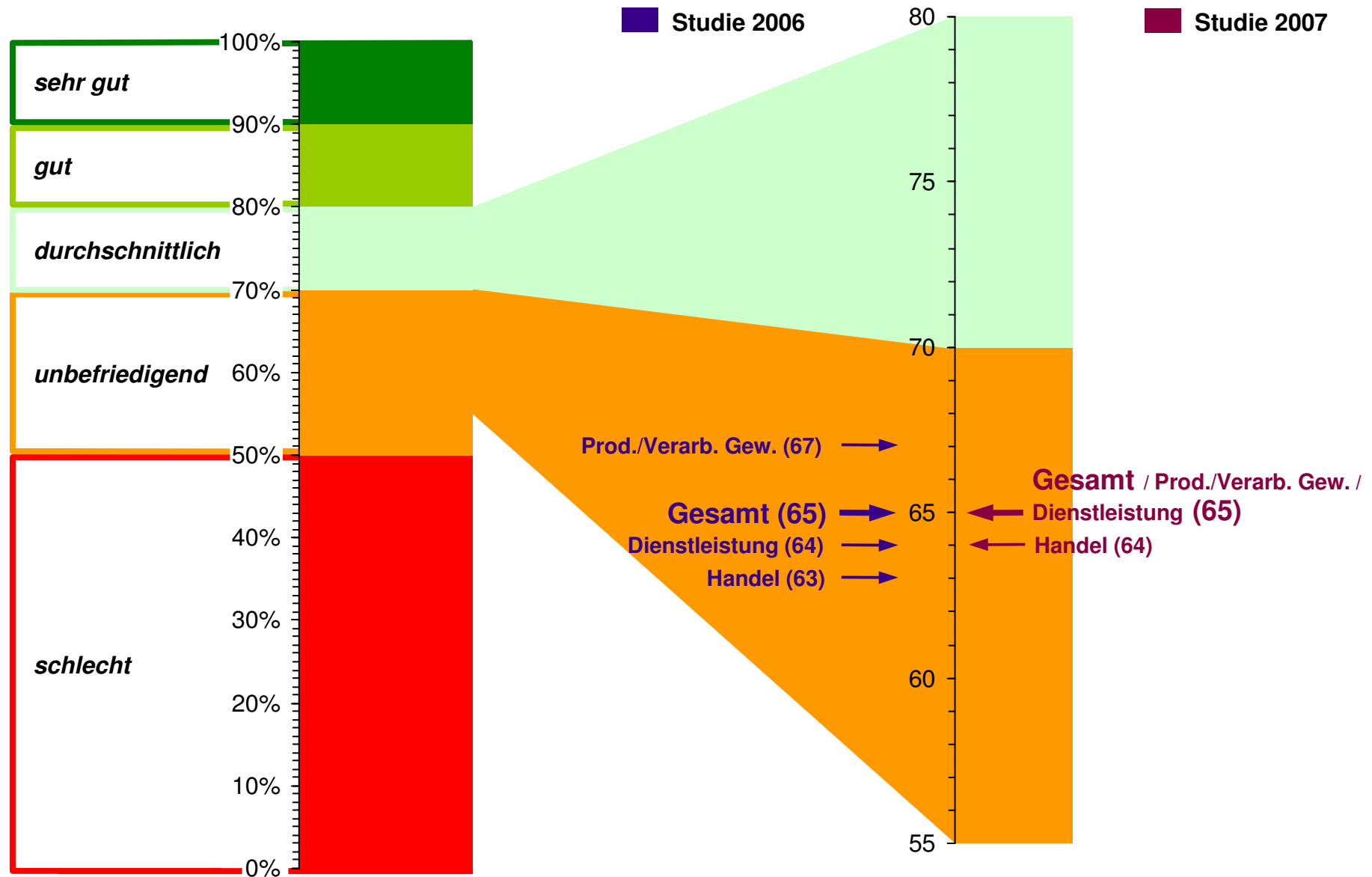
# Verbleibswahrscheinlichkeit und Weiterempfehlungsquote

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 ...

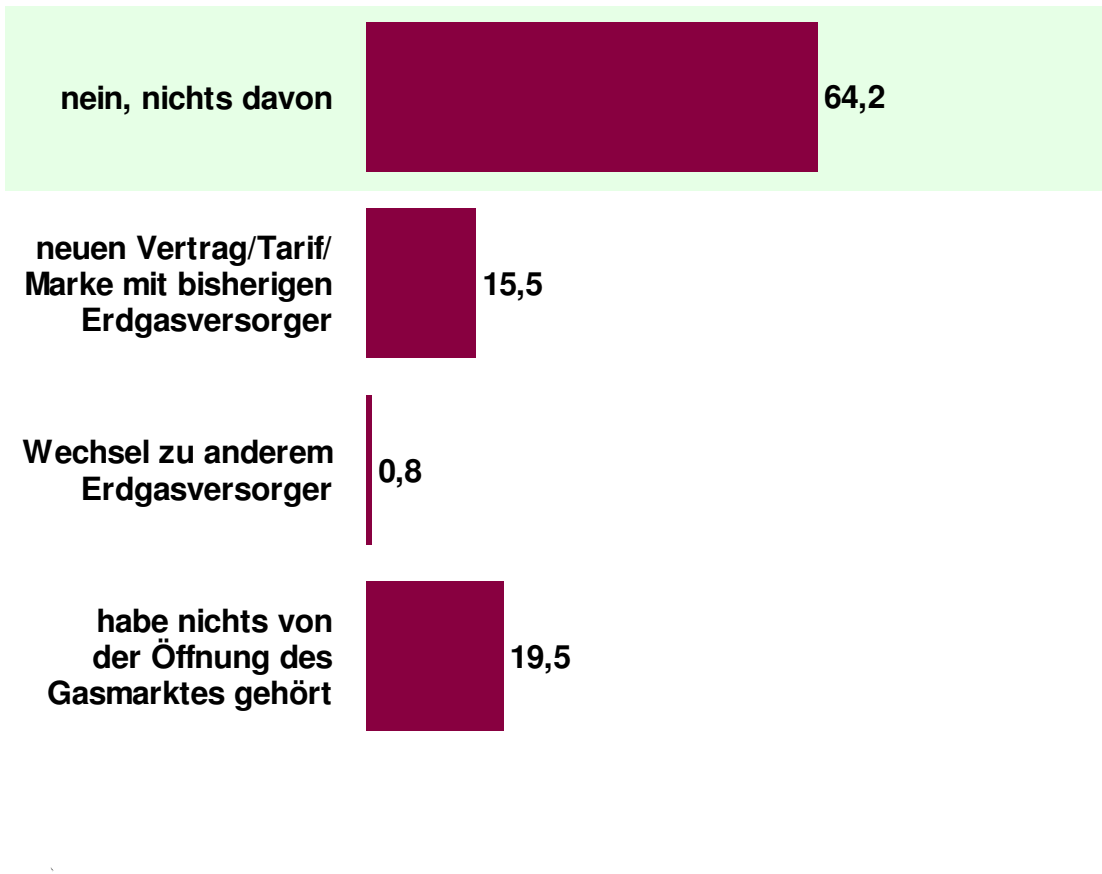


Frage 24, 25  
Angaben in Prozent



# Wechselerhalten im Erdgasmarkt

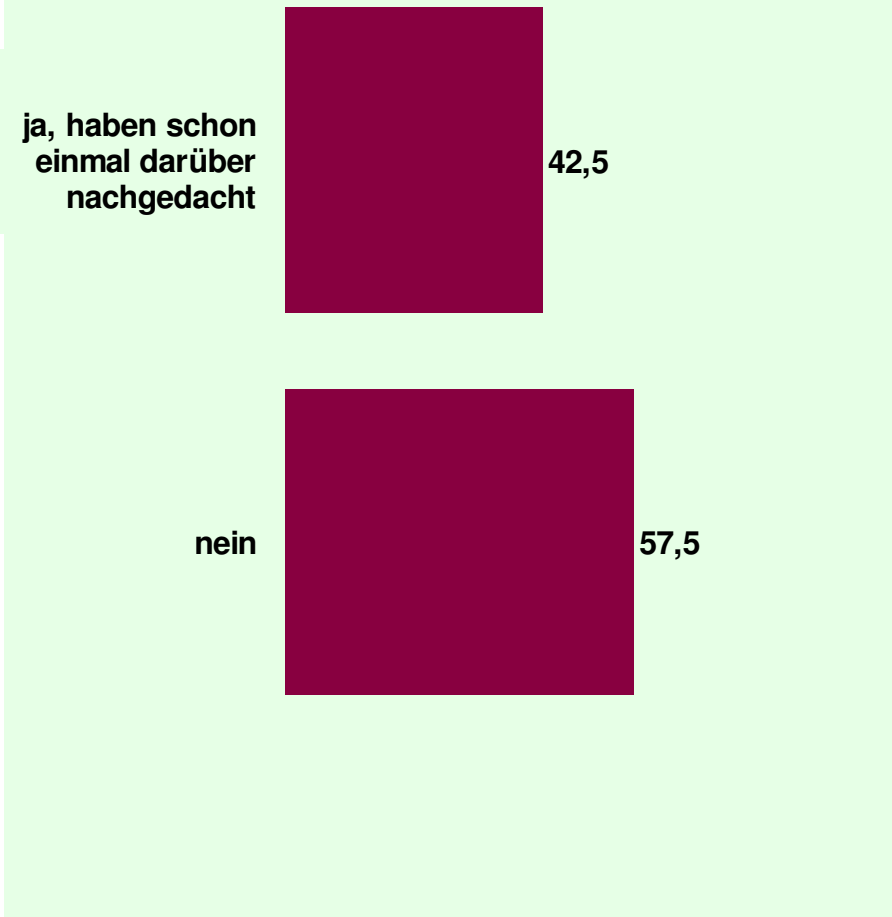
Hat Ihr Betrieb, unabhängig von Unternehmensgründung oder Umzügen, seit der Öffnung des Erdgasmarktes 2006 einen neuen Tarif bzw. Vertrag bei Ihrem Erdgasversorger abgeschlossen, oder haben Sie zu einer neuen Marke gewechselt, oder sind Sie zu einem anderen Erdgasversorger gewechselt?\*



Frage 31, 32 \*Neu in 2007

n = 418 Gesamt 2007

Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, Ihren Erdgasversorger zu wechseln?\*

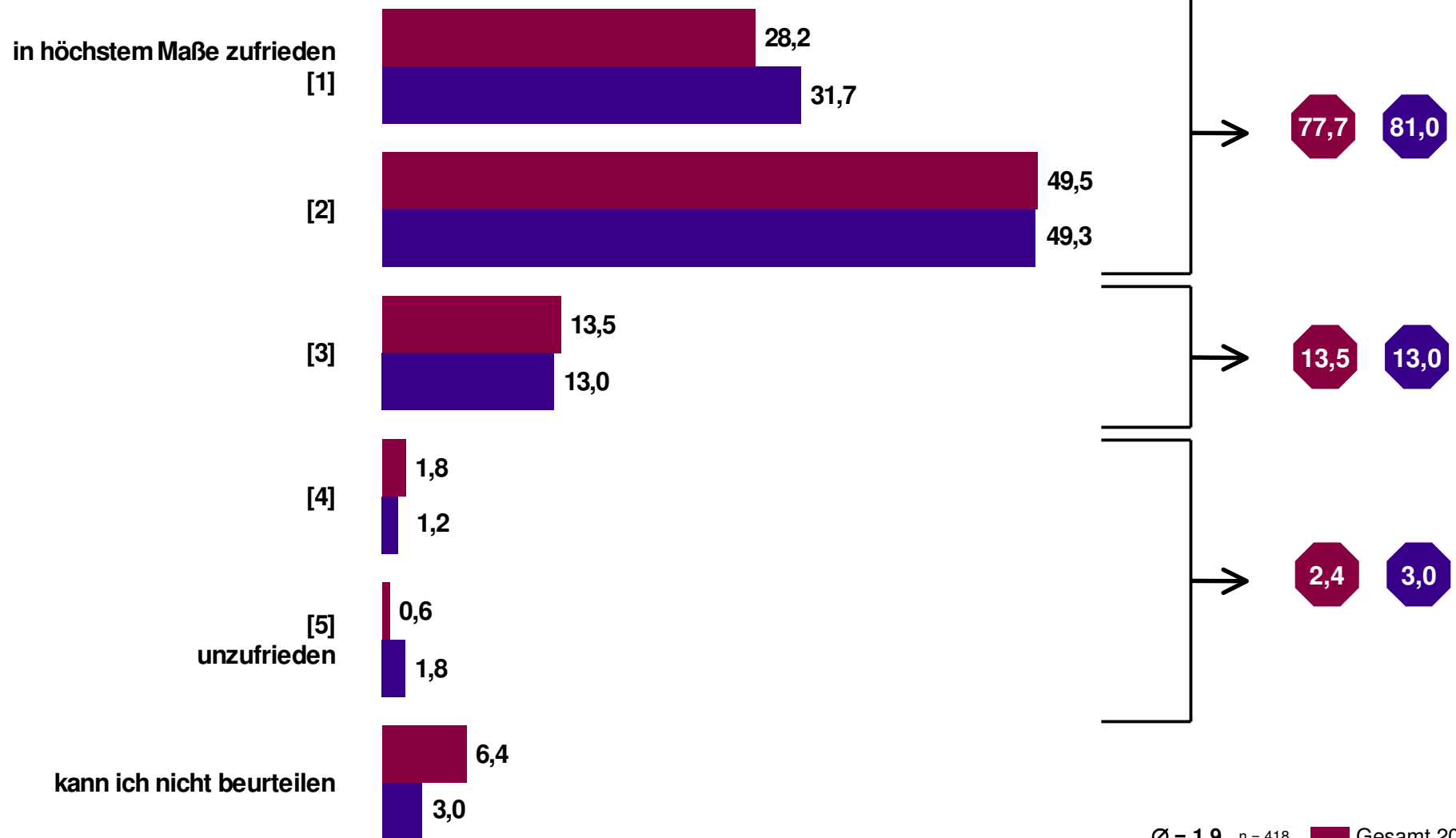


n = 268 Gesamt 2007



# Zufriedenheit mit der Versorgungssicherheit – Erdgas

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



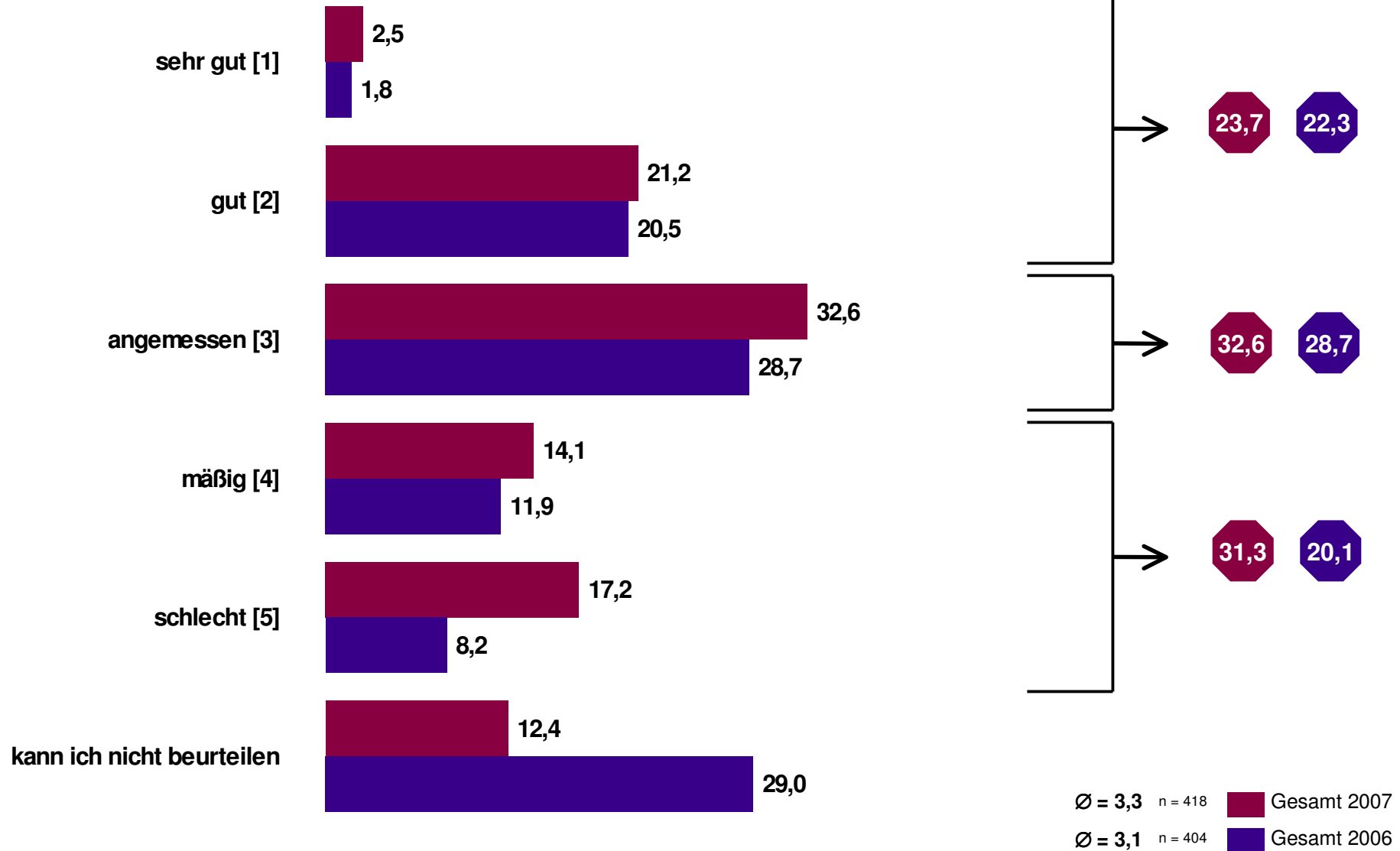
Ø = 1,9 n = 418 Gesamt 2007  
 Ø = 1,9 n = 404 Gesamt 2006

Frage 38

Angaben in Prozent

# Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses – Erdgas

Und ist das Preis-Leistungsverhältnis Ihres Energieversorgers im Bereich Erdgas im Vergleich zu den Preisen anderer Energieversorger aus Ihrer Sicht ...?

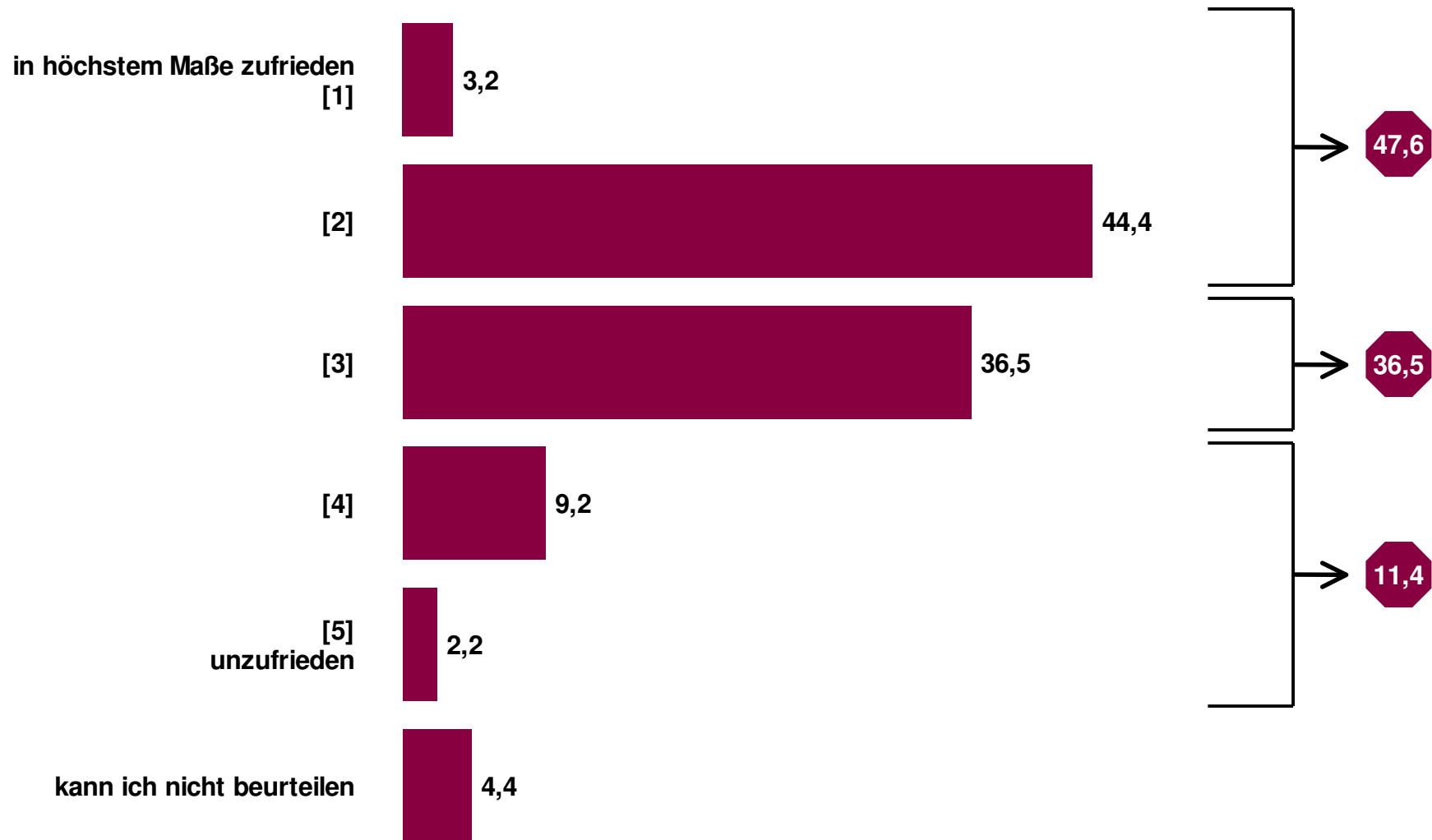


Frage 39

Angaben in Prozent

# Gesamtzufriedenheit – Erdgas

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



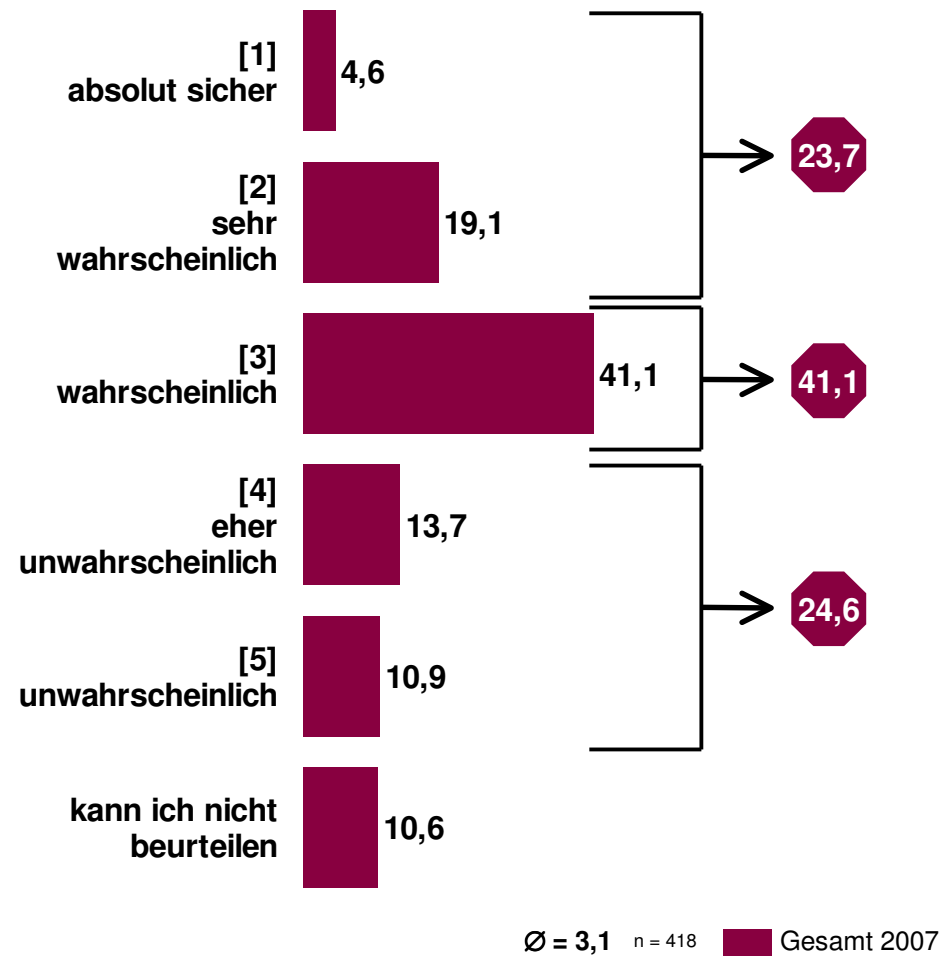
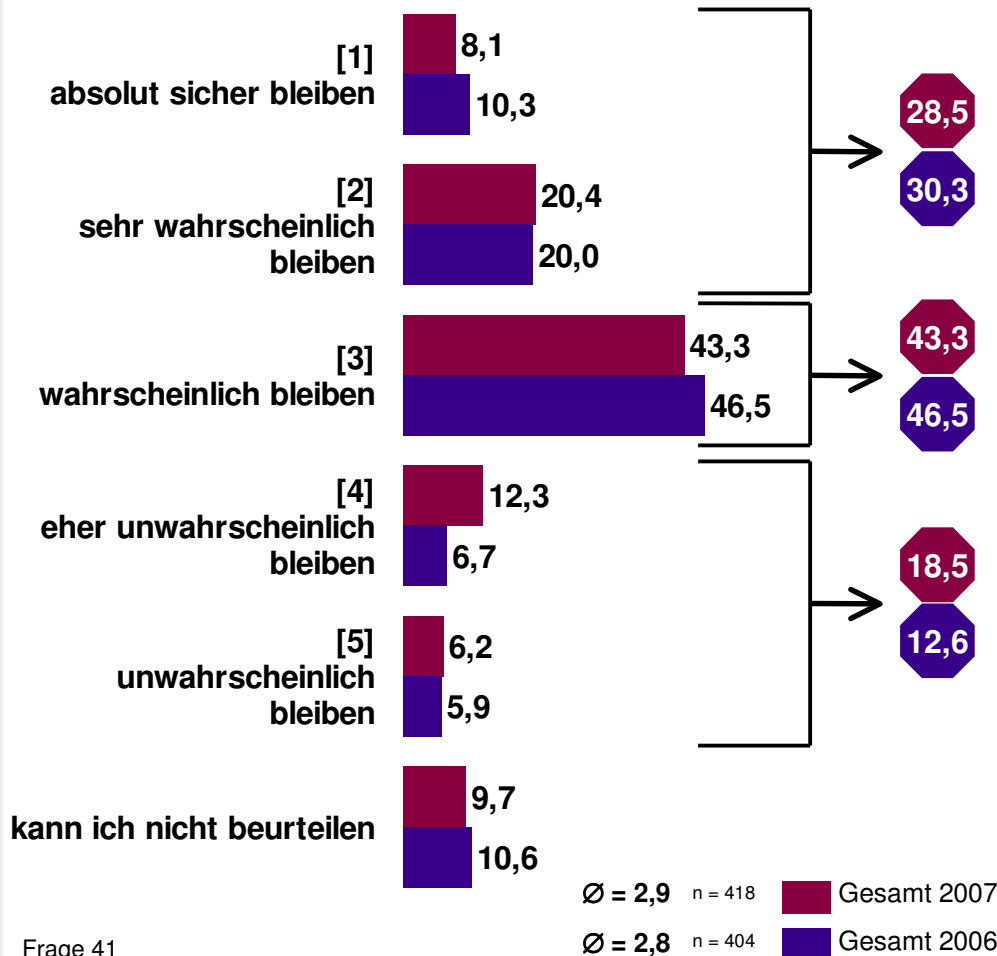
Frage 40

Angaben in Prozent

# Verbleibswahrscheinlichkeit und Weiterempfehlungsquote – Erdgas

Wenn Sie sich jetzt Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Erdgasversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie dennoch Kunde Ihres jetzigen Erdgasversorgers bleiben? Wäre es ...?

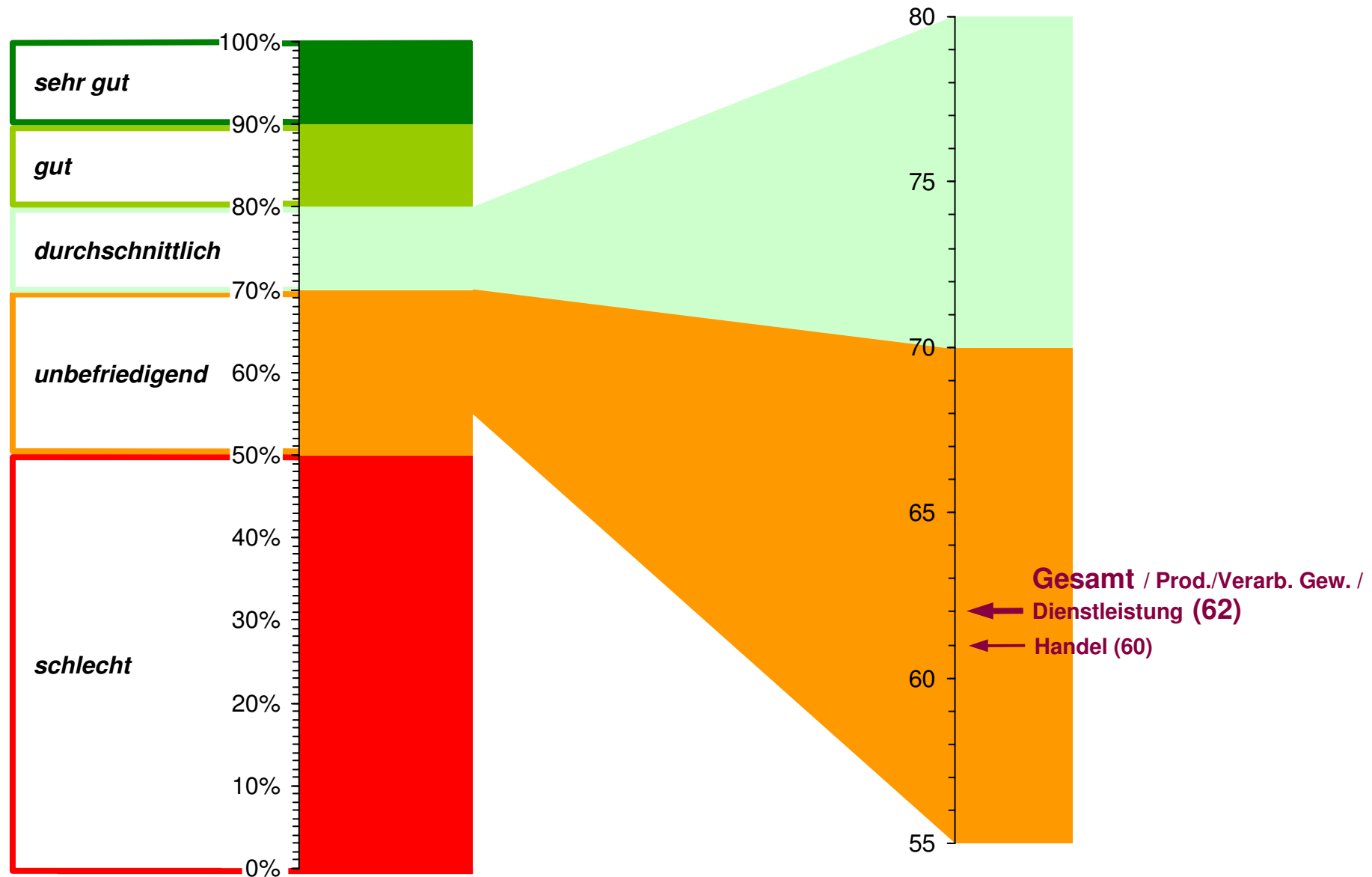
Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

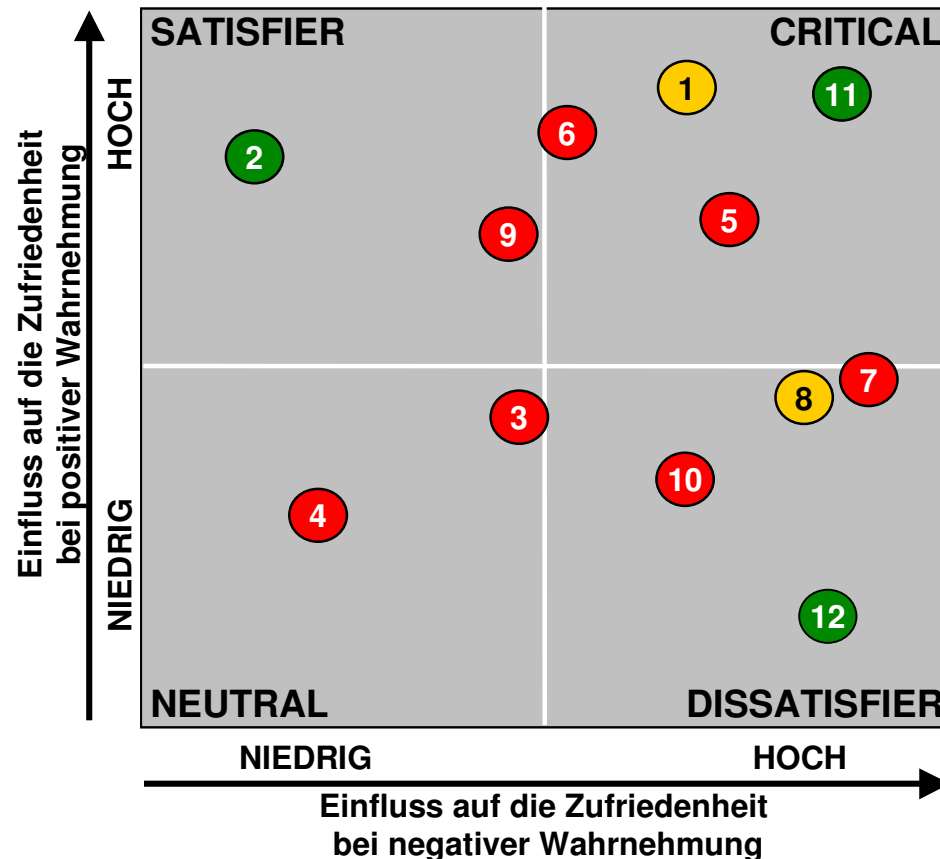


Frage 41

Angaben in Prozent

# Kundenbindungsindex – Erdgas





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

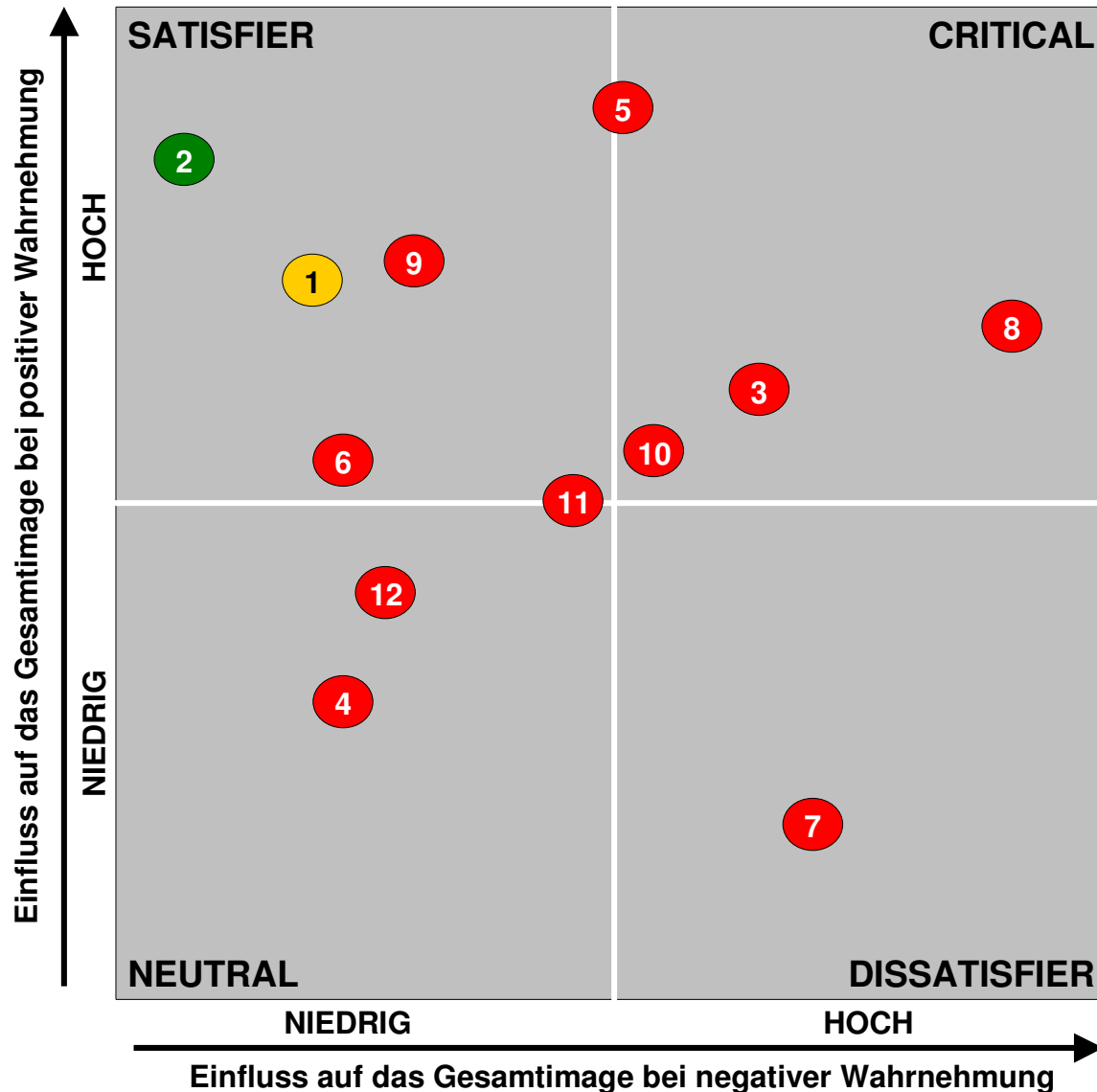
Neben dem indirekten Einfluss der Detailimages und Detailzufriedenheiten auf die Kundenbindung über das Gesamtimage und die Gesamtzufriedenheit lässt sich auch der direkte Einfluss der Detailaspekte auf die Kundenbindung analysieren. In diesem Fall wird zwischen

### → Criticals

### → Deloyalizern

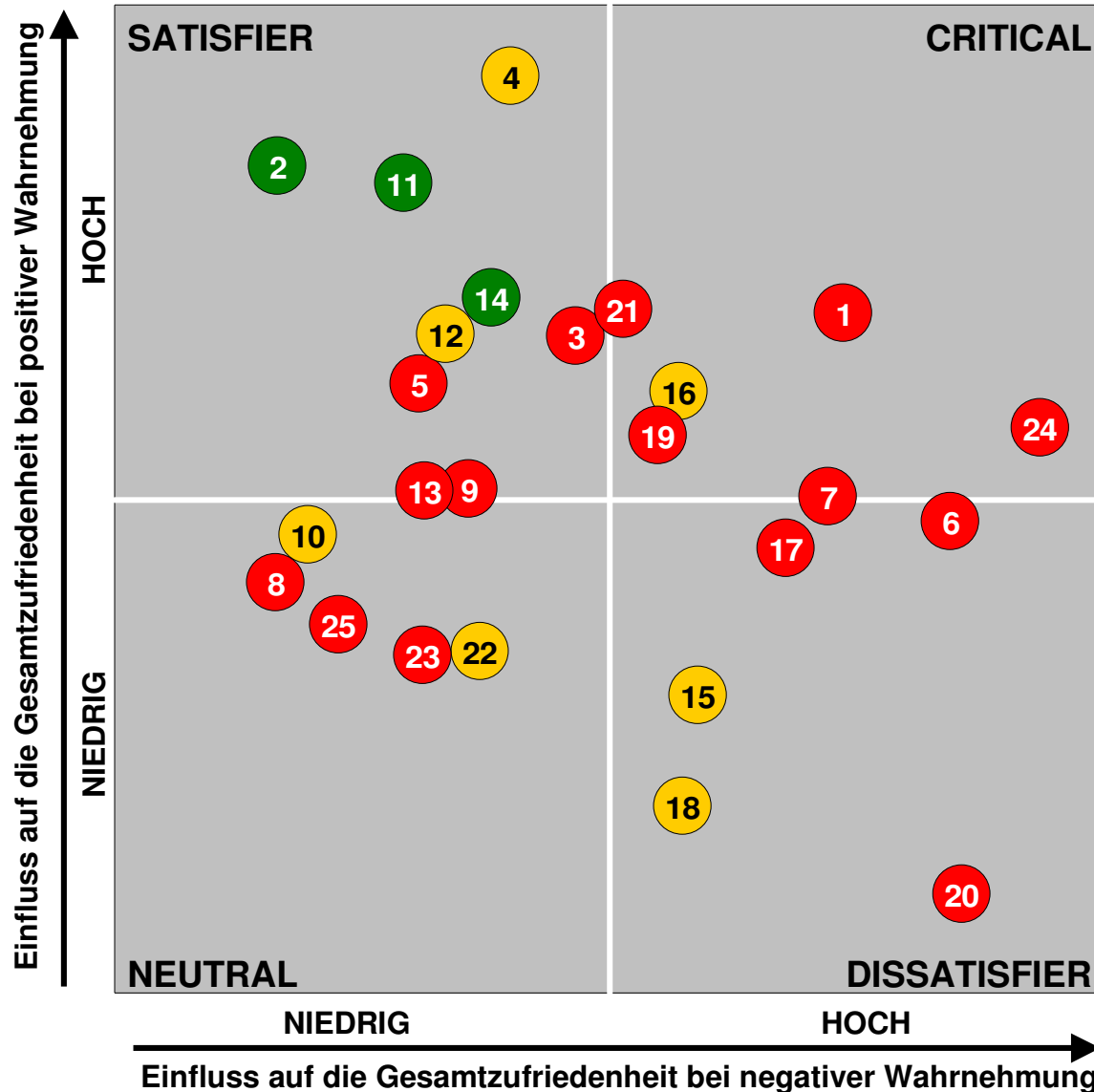
### → und Loyalizern

differenziert.



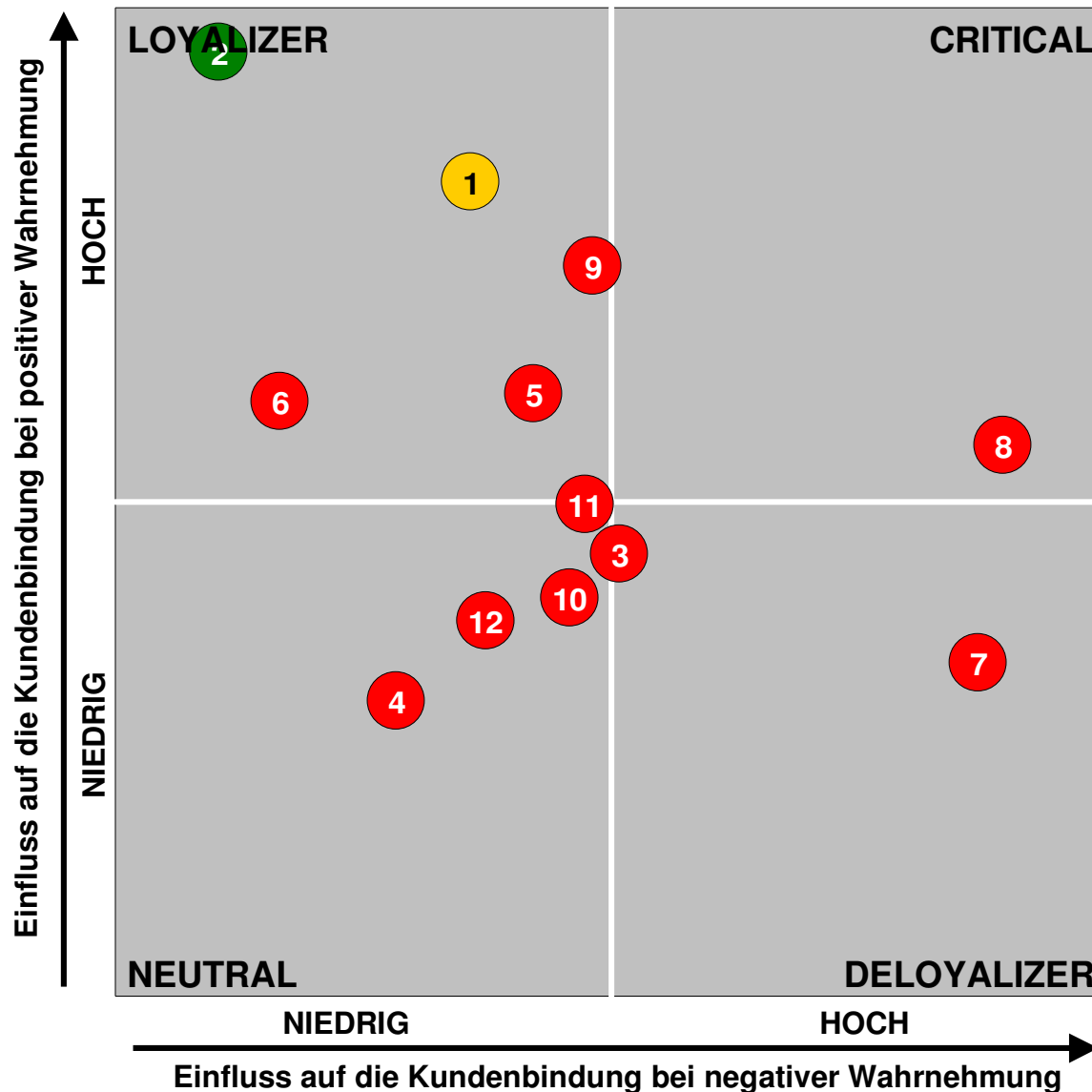
- 1 leistungsfähig
- 2 zuverlässig
- 3 unbürokratisch
- 4 innovativ
- 5 kundenfreundlich
- 6 kompetenter Partner seiner Kunden
- 7 leistungsgerechte Preisgestaltung
- 8 offene und ehrliche Informationspolitik
- 9 wichtig für die Region
- 10 umweltschonende Stromerzeugung
- 11 sympathisch
- 12 fördert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

# Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit



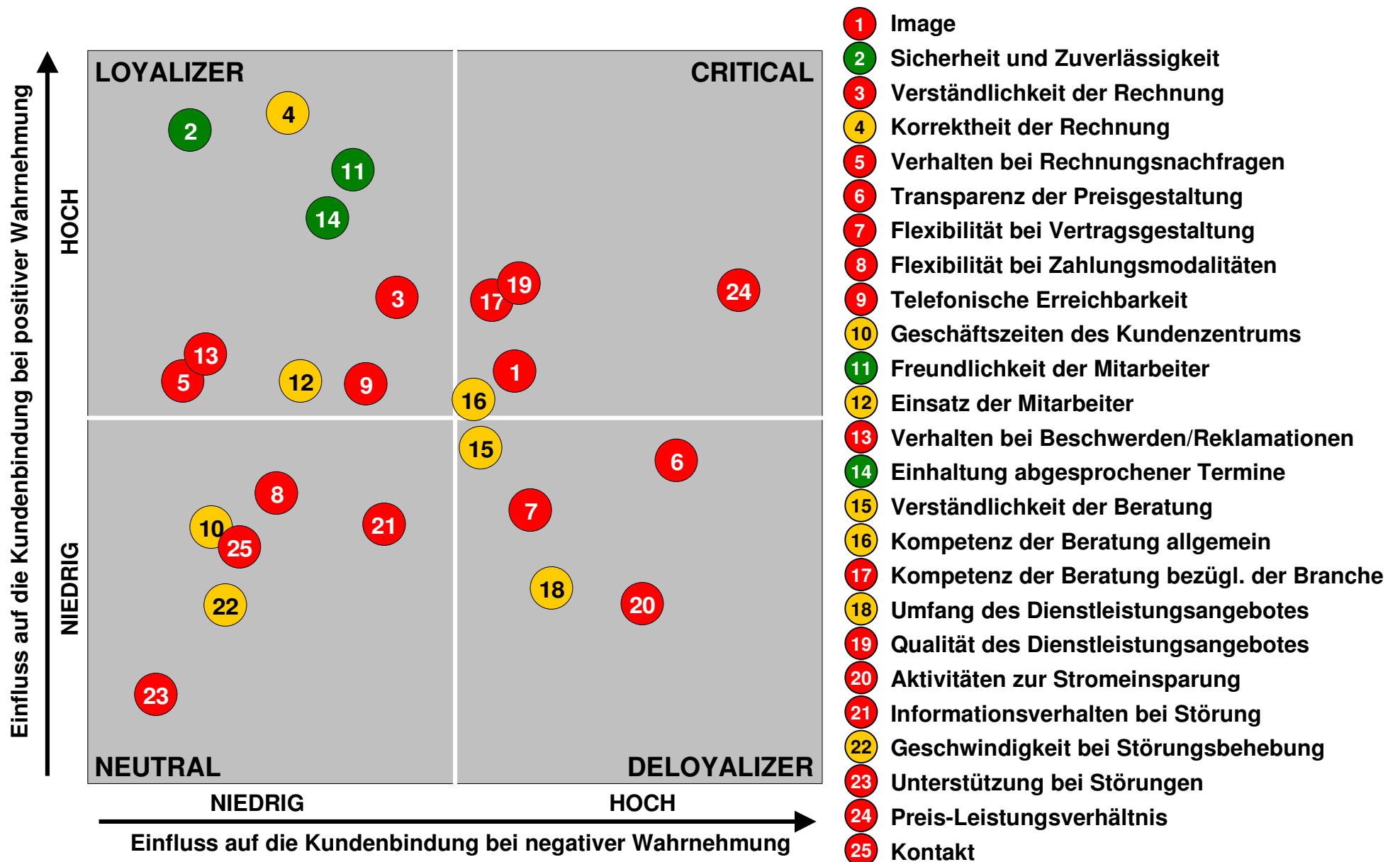
- 1 Image
- 2 Sicherheit und Zuverlässigkeit
- 3 Verständlichkeit der Rechnung
- 4 Korrektheit der Rechnung
- 5 Verhalten bei Rechnungsnachfragen
- 6 Transparenz der Preisgestaltung
- 7 Flexibilität bei Vertragsgestaltung
- 8 Flexibilität bei Zahlungsmodalitäten
- 9 Telefonische Erreichbarkeit
- 10 Geschäftszeiten des Kundenzentrums
- 11 Freundlichkeit der Mitarbeiter
- 12 Einsatz der Mitarbeiter
- 13 Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen
- 14 Einhaltung abgesprochener Termine
- 15 Verständlichkeit der Beratung
- 16 Kompetenz der Beratung allgemein
- 17 Kompetenz der Beratung bezügl. der Branche
- 18 Umfang des Dienstleistungsangebotes
- 19 Qualität des Dienstleistungsangebotes
- 20 Aktivitäten zur Stromeinsparung
- 21 Informationsverhalten bei Störung
- 22 Geschwindigkeit bei Störungsbehebung
- 23 Unterstützung bei Störungen
- 24 Preis-Leistungsverhältnis
- 25 Kontakt





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

# Bindungsanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Kundenbindung



- 1 Image
- 2 Sicherheit und Zuverlässigkeit
- 3 Verständlichkeit der Rechnung
- 4 Korrektheit der Rechnung
- 5 Verhalten bei Rechnungsnachfragen
- 6 Transparenz der Preisgestaltung
- 7 Flexibilität bei Vertragsgestaltung
- 8 Flexibilität bei Zahlungsmodalitäten
- 9 Telefonische Erreichbarkeit
- 10 Geschäftszeiten des Kundenzentrums
- 11 Freundlichkeit der Mitarbeiter
- 12 Einsatz der Mitarbeiter
- 13 Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen
- 14 Einhaltung abgesprochener Termine
- 15 Verständlichkeit der Beratung
- 16 Kompetenz der Beratung allgemein
- 17 Kompetenz der Beratung bezügl. der Branche
- 18 Umfang des Dienstleistungsangebotes
- 19 Qualität des Dienstleistungsangebotes
- 20 Aktivitäten zur Stromeinsparung
- 21 Informationsverhalten bei Störung
- 22 Geschwindigkeit bei Störungsbehebung
- 23 Unterstützung bei Störungen
- 24 Preis-Leistungsverhältnis
- 25 Kontakt