

bdew

Energie. Wasser. Leben.

**BDEW-Kundenfokus Gewerbekunden
Bundesstudie – Strom**

Ergebnisbericht

Dezember 2008

Wir machen Märkte *transparent.*

promit
Marktforschung

Untersuchungssteckbrief	3
Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	4
Energieversorger in der Öffentlichkeit	8
Image und Kundenzufriedenheit	13
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft	47
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb	59
Ergebnisse der Modellanalyse	63
Anhang: Fragebogen	69

Projekt	BDEW-Kundenfokus Gewerbe – Bundesstudie 2008/2009 – Strom
Zielgruppe	Strom-Gewerbekunden im gesamten Bundesgebiet
Befragungsmethodik	Computergestütztes Interview (CATI) anhand eines standardisierten Fragebogens Interviewdauer ca. 20-25 Minuten, Feldarbeit in der 42. bis 46. Kalenderwoche 2008 1.040 Interviews in 13 Branchen Wiederholungsmessung im jährlichen Rhythmus
Inhalte	Bekanntheit und Wahrnehmung von Energieversorgern Image und Kundenzufriedenheit Kundenbindung und Wettbewerb
Vorjahresvergleich	Vergleich mit der Vorjahresmessung des BDEW-Kundenfokus
Anmerkung	Zusammenfassung der Bewertungsskalen bei Item-Batterien zu „Top-2-Boxes“ und „Bottom-2-Boxes“ zur Vereinfachung der Darstellung, die neutrale Bewertung (Note „3“) wird nicht dargestellt

Untersuchungssteckbrief

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang: Fragebogen

Stadtwerke werden häufiger genannt!

Tageszeitungen dominieren als Wahrnehmungsquelle!

Plakatwerbung wird seltener wahrgenommen!

- E.ON weist unverändert die höchste ungestützte Bekanntheit auf, gefolgt von den Stadtwerken.
- Die Bekanntheit der Stadtwerke ist um rund 4 Prozentpunkte gestiegen und ist jetzt höher als die Bekanntheit von RWE.
- Artikel/Berichterstattung und Anzeigen in Tageszeitungen sind weiterhin die wichtigsten Wahrnehmungsquellen.
- Die Wahrnehmung der Energieversorger über Artikel/Berichterstattung in Tageszeitungen ist jedoch gegenüber dem Vorjahr deutlich gesunken.
- Rund 43% der Befragten können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern.
- Mailing-Aktionen und Tageszeitungen weisen die höchste Werbeerinnerung auf.
- Die Wahrnehmung von Plakaten ist um rund 5 Prozentpunkte zurückgegangen.
- Die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt der Energieversorger ist durchschnittlich.

Verbesserung des Image!

- Das Image hat sich insgesamt verbessert, insbesondere die Informationspolitik, die unbürokratische Arbeitsweise und die Wichtigkeit für die Region.
- Imagestärken sind die Zuverlässigkeit und die Leistungsfähigkeit.
- Schwächen zeigen sich bei der leistungsgerechten Preisgestaltung und bei der Informationspolitik.

Gestiegene Kundenzufriedenheit!

- Die Kundenzufriedenheit ist deutlich gestiegen, vor allem bei Aspekten der Transparenz der Preisgestaltung, den Aktivitäten der Energieversorger zur Stromeinsparung bei den Kunden beizutragen und dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen.
- Die höchste Kundenzufriedenheit besteht hinsichtlich der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung, der Korrektheit der Rechnung, der Freundlichkeit der Mitarbeiter und der Einhaltung abgesprochener Termine.
- Die Aktivitäten der Energieversorger, die zur Energieeinsparung bei den Kunden beitragen, und die Transparenz der Preisgestaltung werden trotz deutlicher Verbesserungen weiterhin eher negativ bewertet.

Verbesserung der Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses!

- Das Preis-Leistungsverhältnis wird mit einer Durchschnittsnote von 2,8 als angemessen bewertet.
- Gegenüber dem Vorjahr ist jedoch eine deutliche Verbesserung feststellbar.

Höhere Gesamtzufriedenheit!

- Die Gesamtzufriedenheit ist gegenüber 2007 im Top-Bereich um 10 Prozentpunkte gestiegen.

**Deutlich höhere
Kundenbindung!**

- Die aktuelle Wechselquote liegt bei rund 13%.
- Die Verbleibswahrscheinlichkeit und die Weiterempfehlung weisen deutliche Zuwachsraten im Top-Bereich auf.
- Der Anteil der loyal verbundenen Kunden ist gegenüber 2007 um rund 11 Prozentpunkte gestiegen.
- Die Kundenbindung ist entsprechend auf 69% gestiegen, aber immer noch eher unbefriedigend.

Untersuchungssteckbrief

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

Ergebnisse der Modellanalyse

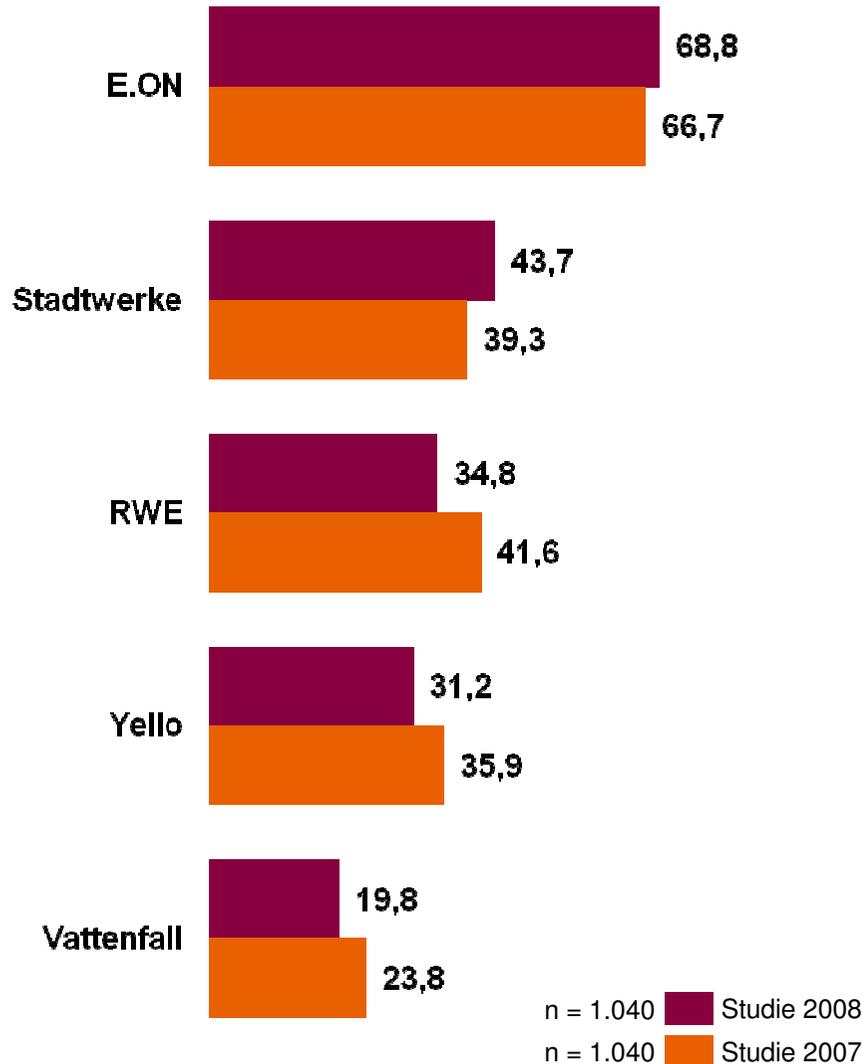
Anhang: Fragebogen

Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen



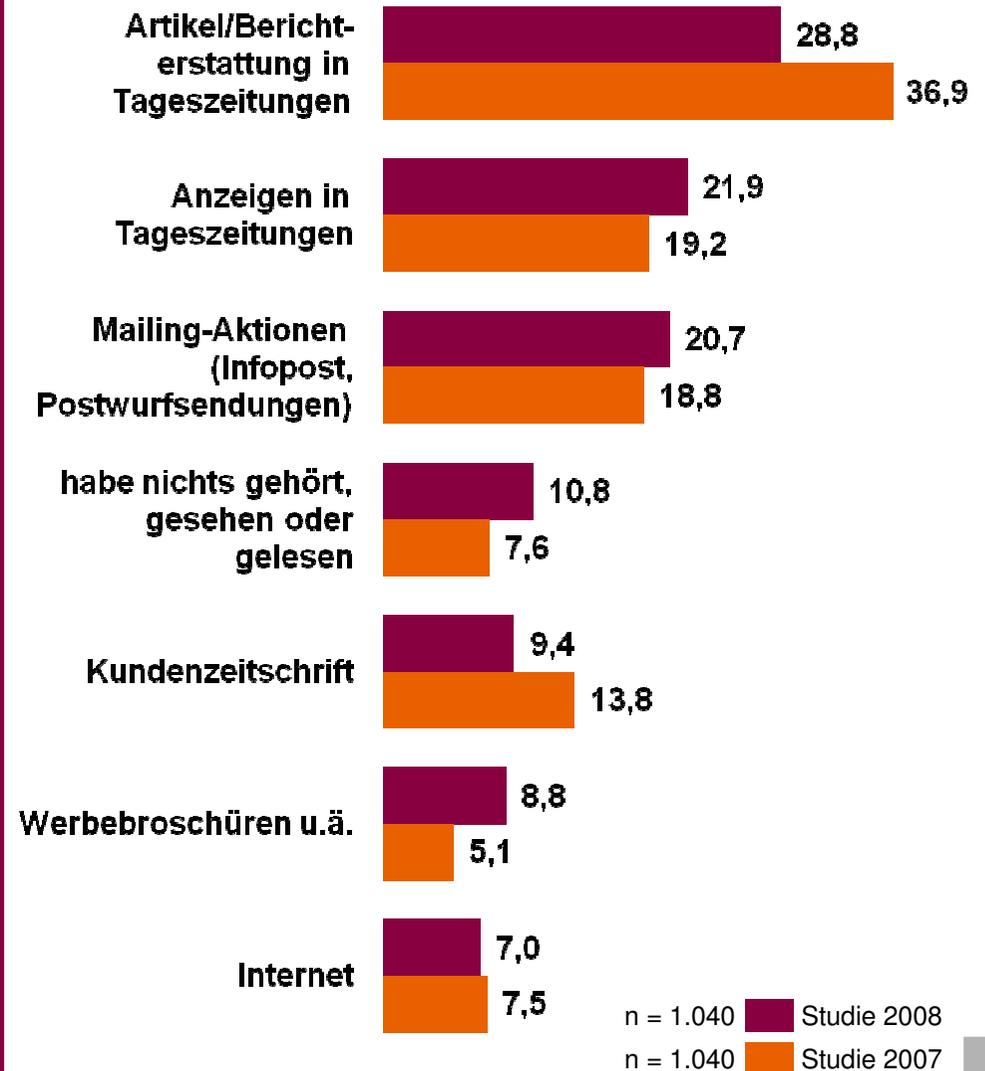
Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



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

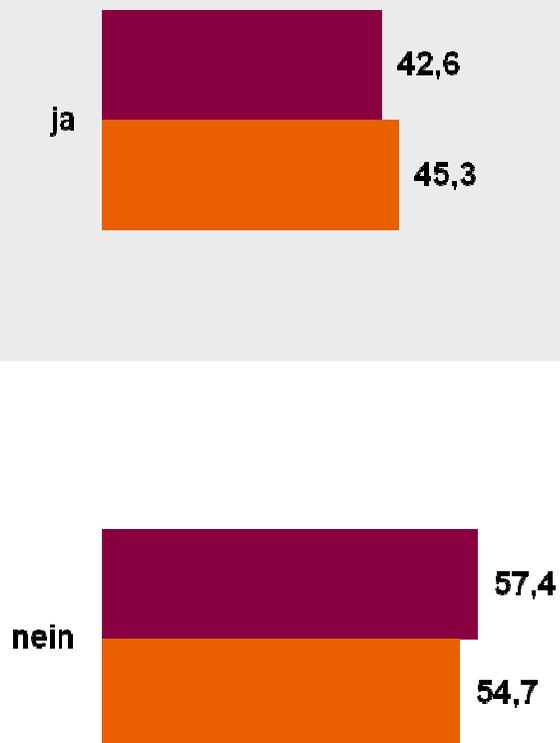
- Auswahl der häufigsten Nennungen -



Wahrnehmung von Werbung



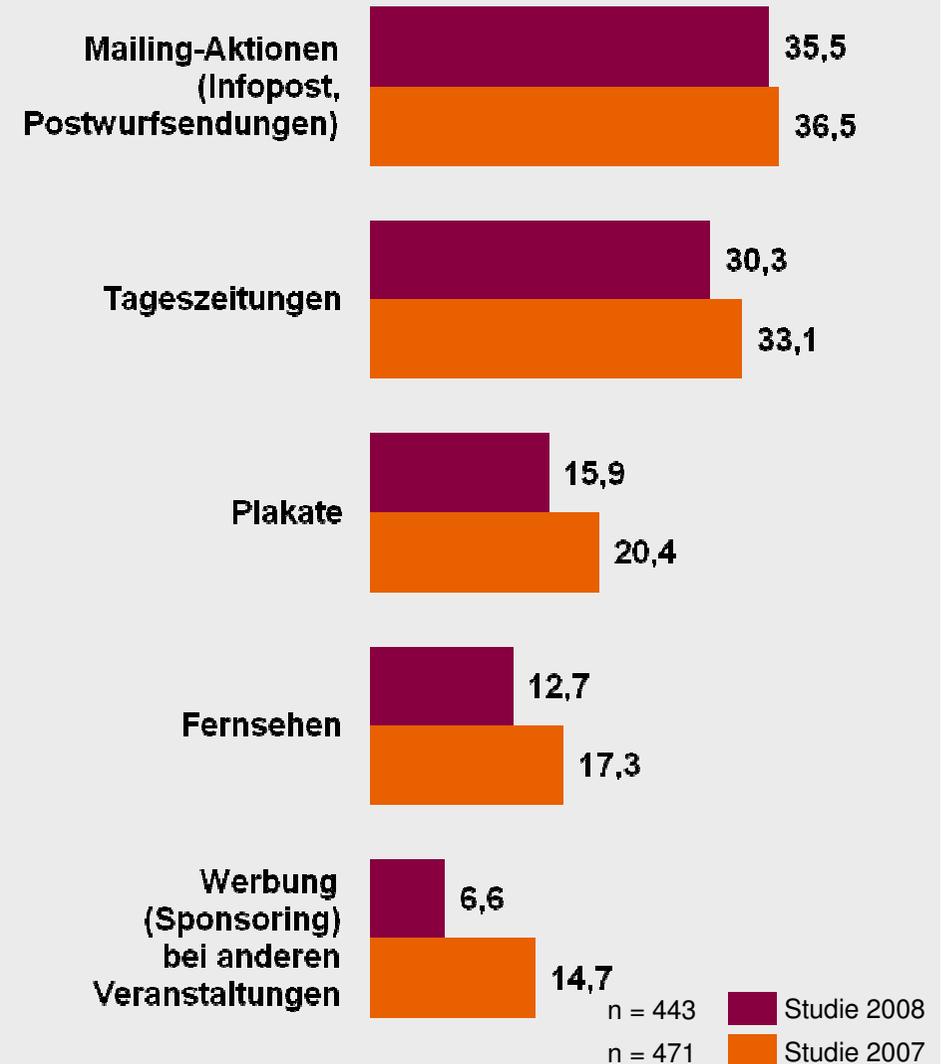
Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers in letzter Zeit erinnern?



n = 1.040 Studie 2008
n = 1.040 Studie 2007

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

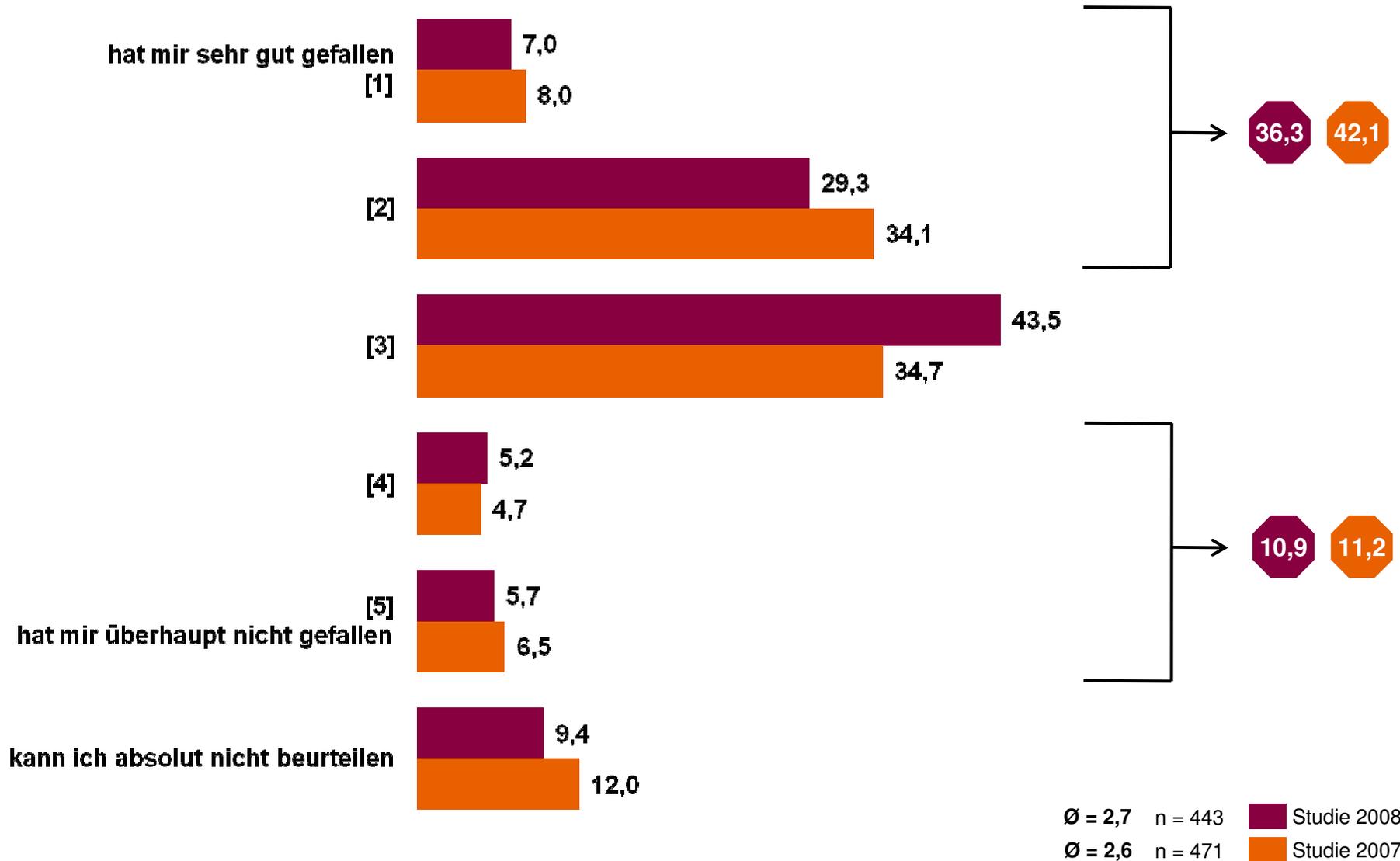
- Auswahl der häufigsten Nennungen -



Bewertung wahrgenommener Werbung

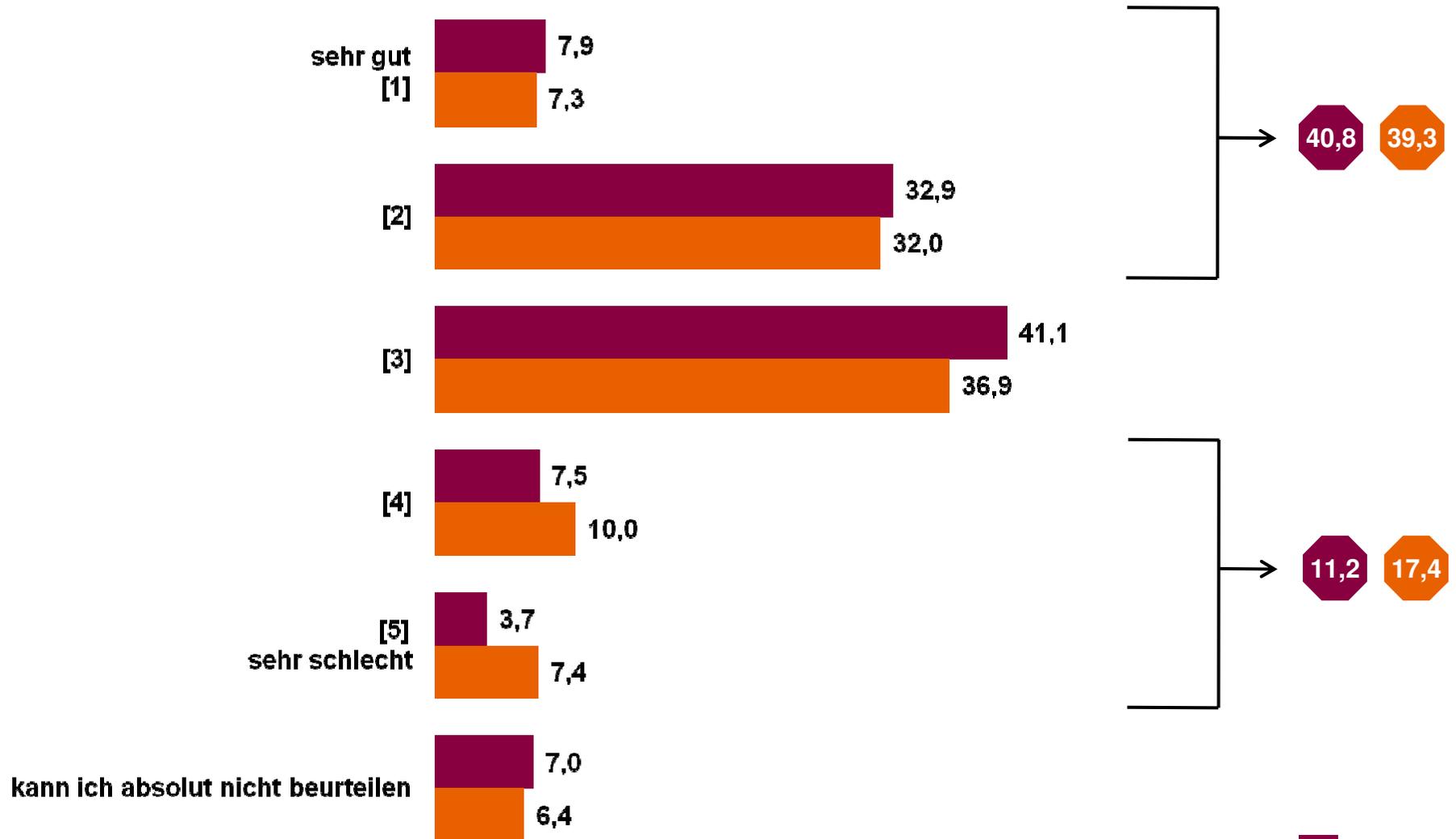


Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?



Bewertung des öffentlichen Auftritts

Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers?



$\bar{x} = 2,6$ n = 1.040 ■ Studie 2008
 $\bar{x} = 2,8$ n = 1.040 ■ Studie 2007

Untersuchungssteckbrief

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang: Fragebogen

A priori-Gesamtzufriedenheit

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

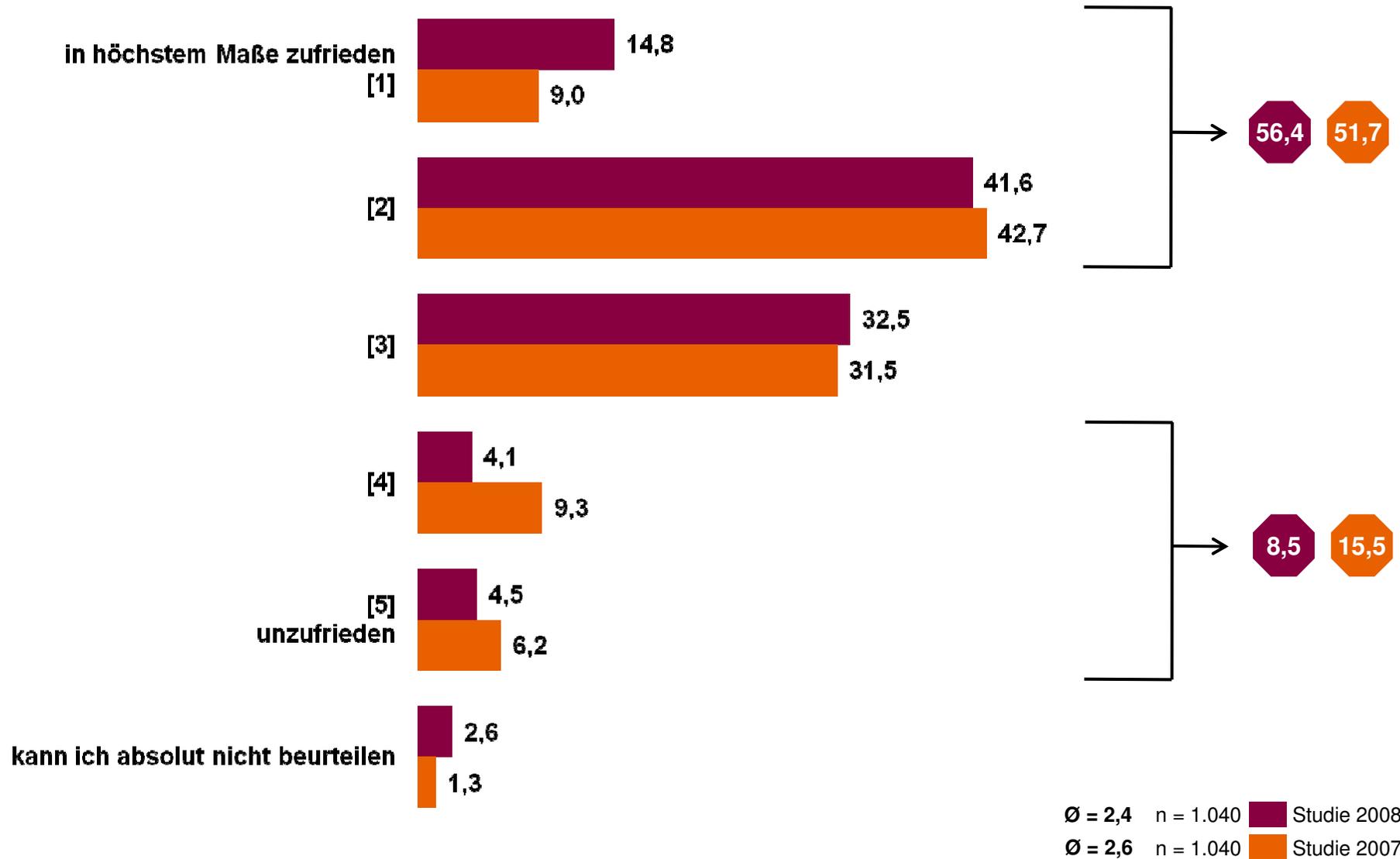


Image der Energieversorger (1/4)

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

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

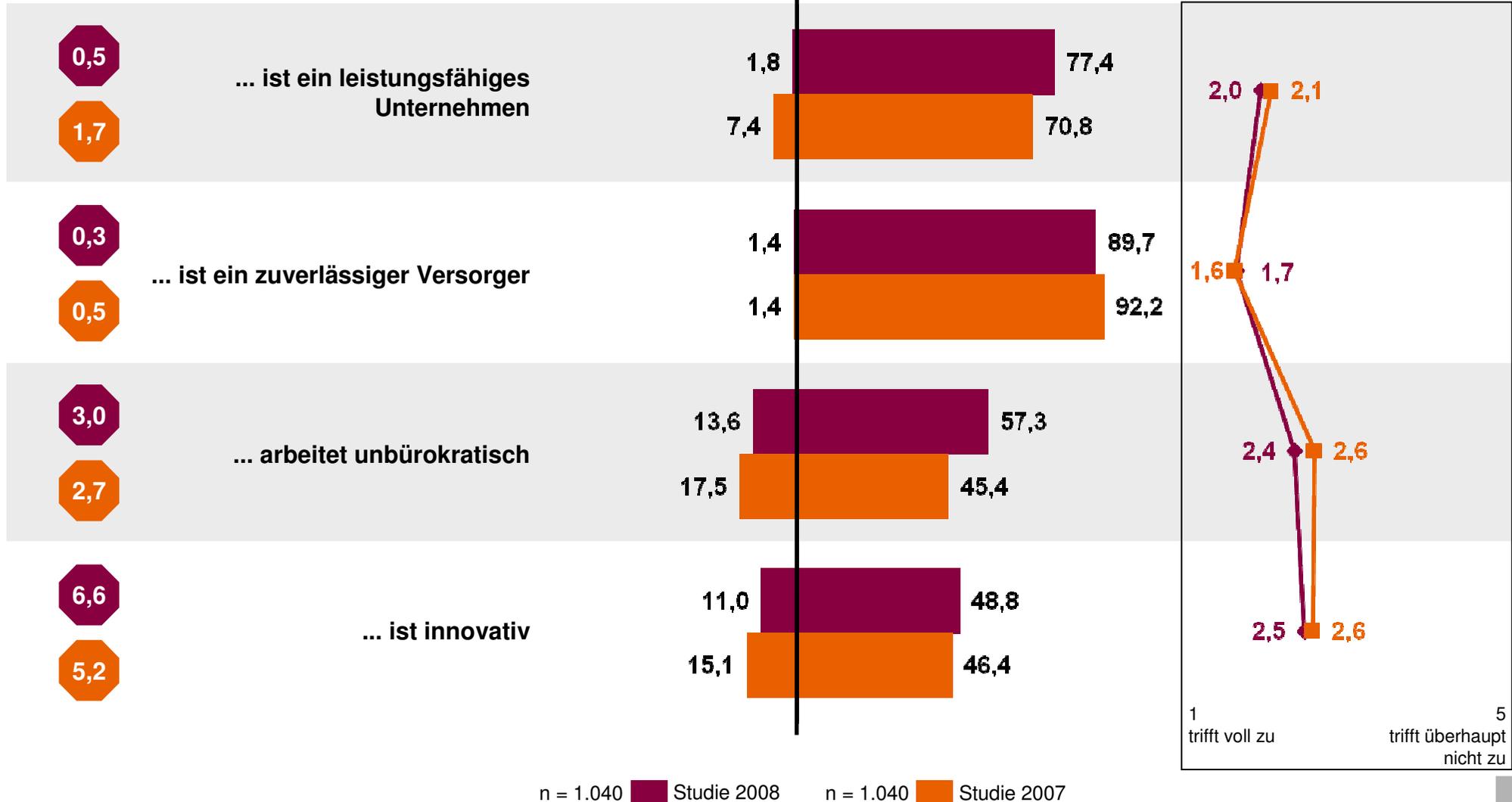


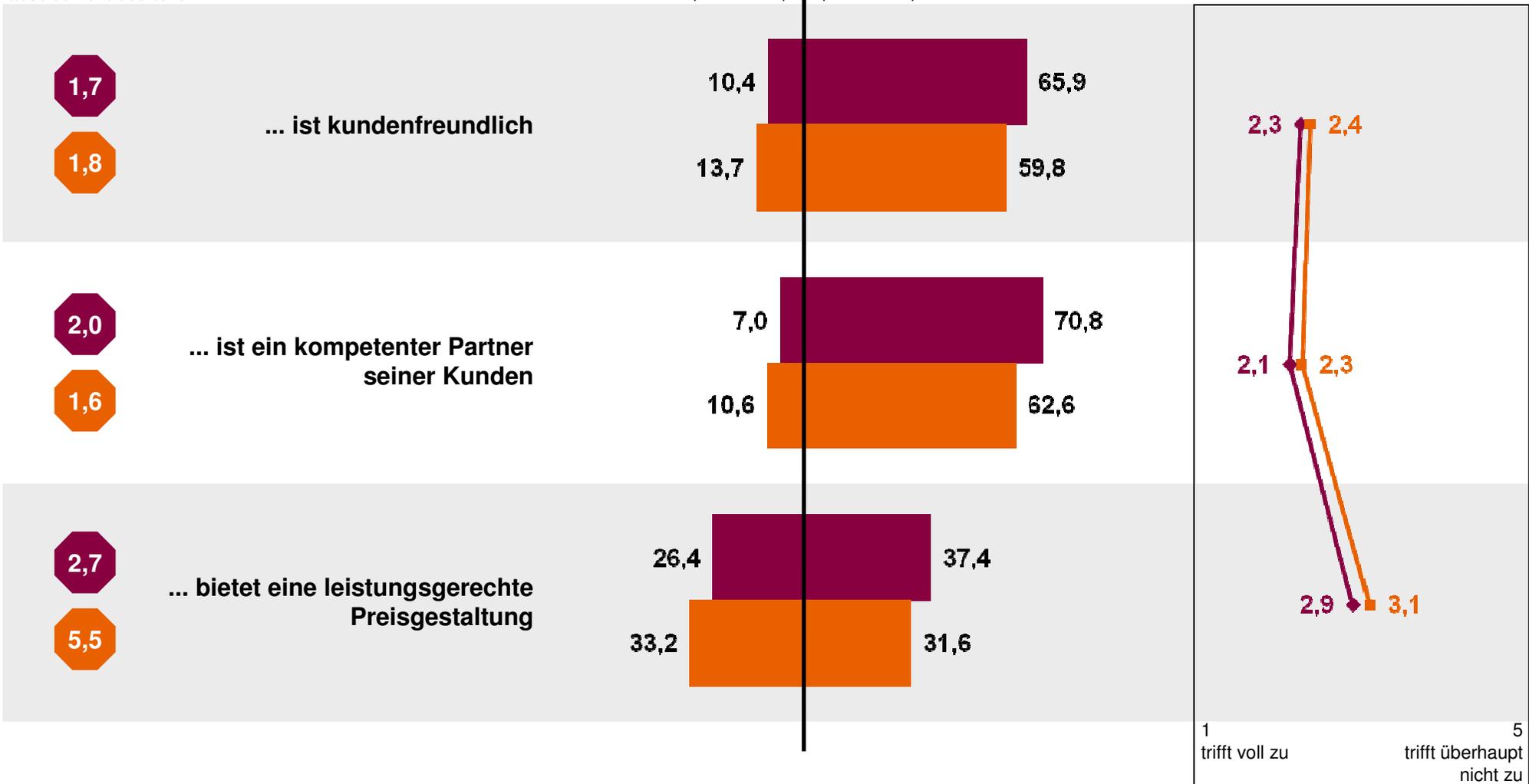
Image der Energieversorger (2/4)

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

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung



n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

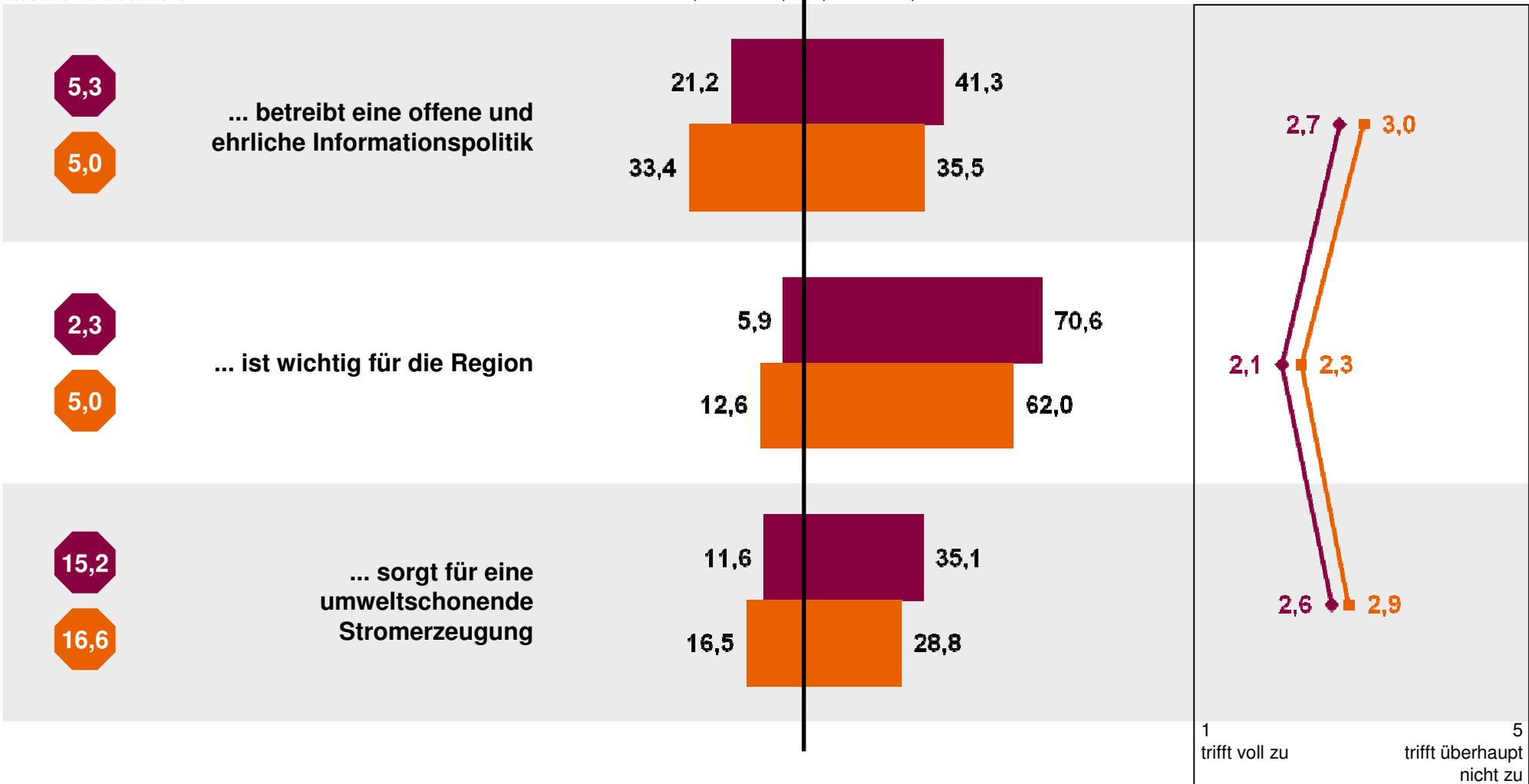
Image der Energieversorger (3/4)

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

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung



n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

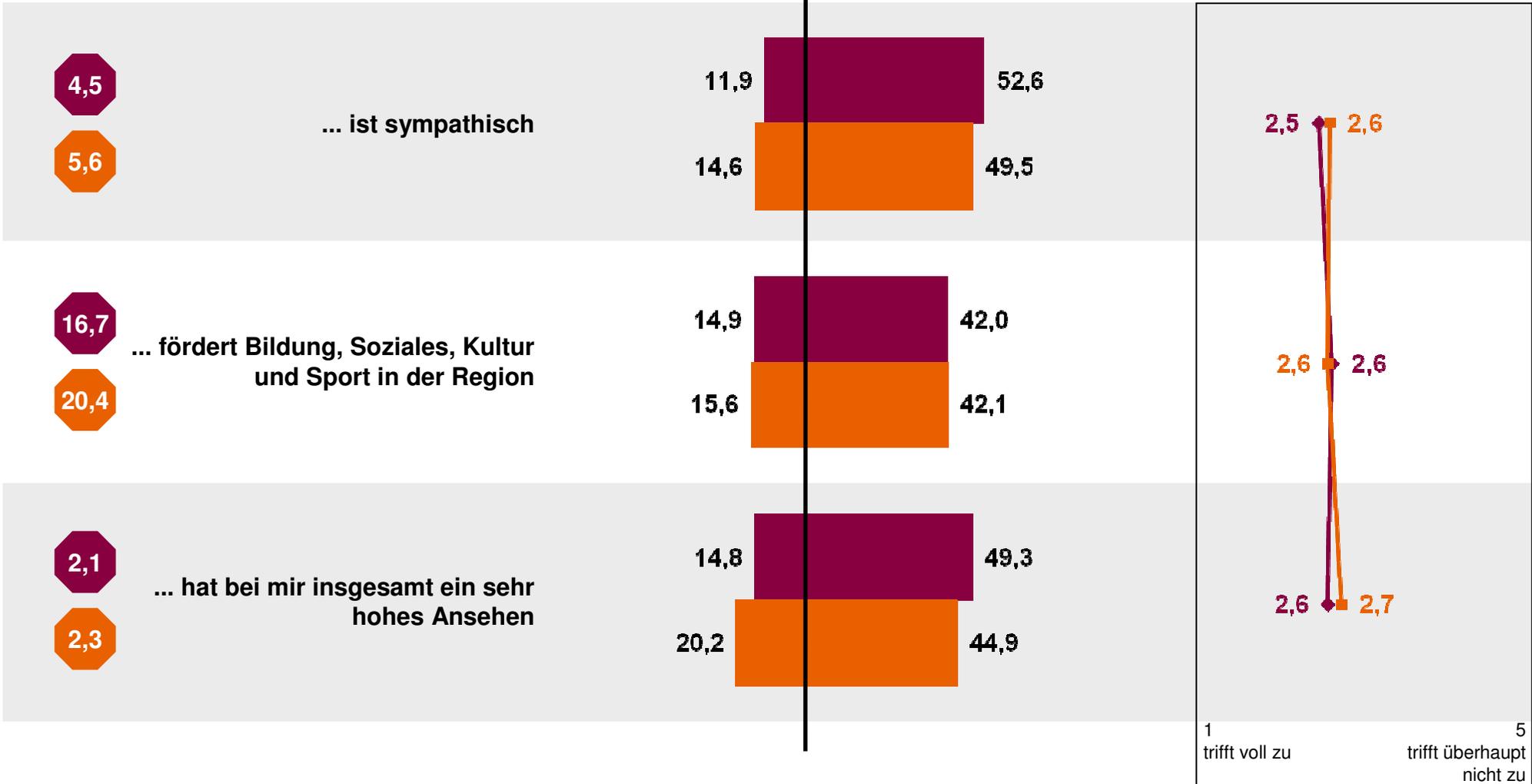
Image der Energieversorger (4/4)

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

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung



n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen (1/2)



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

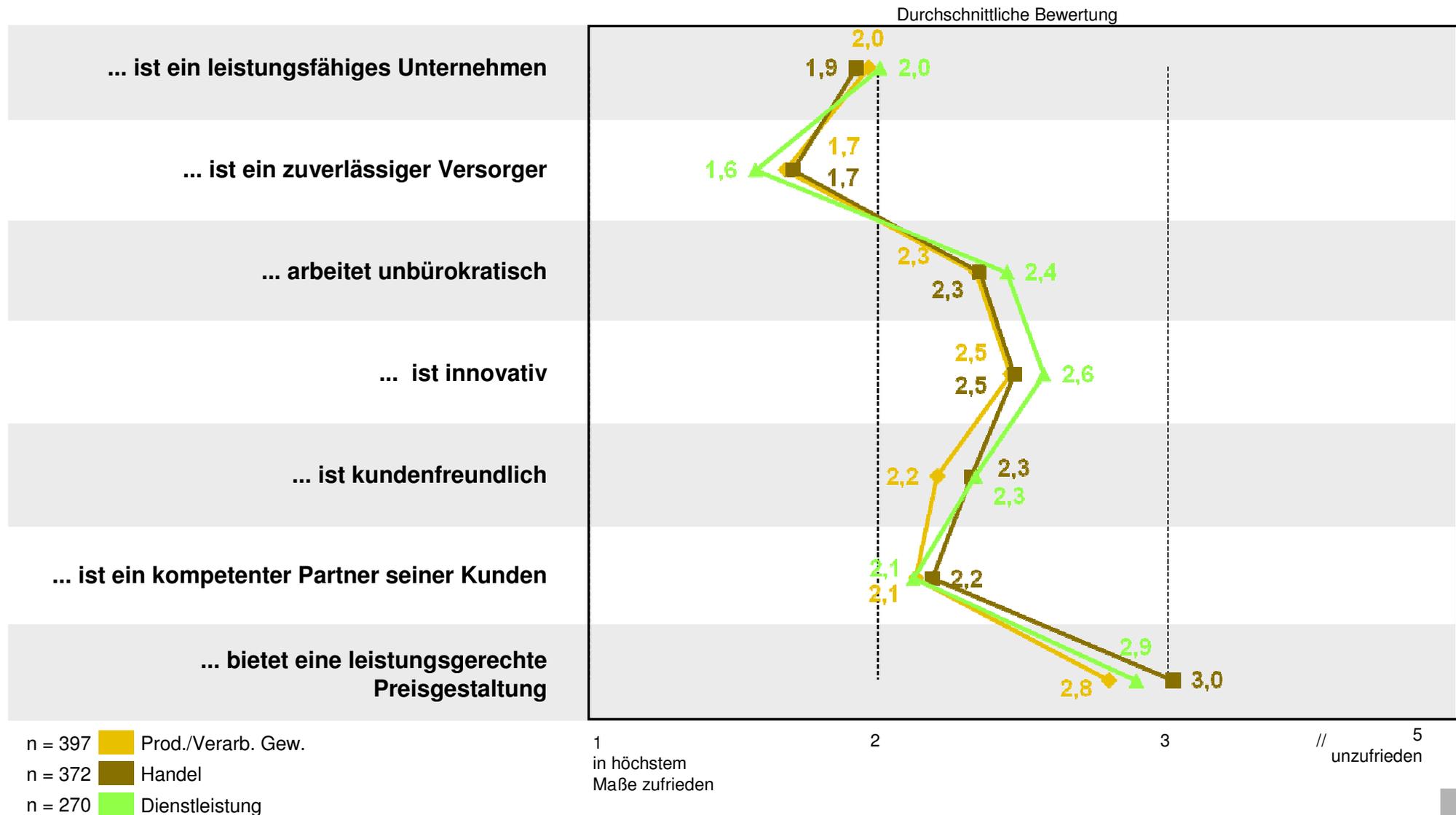
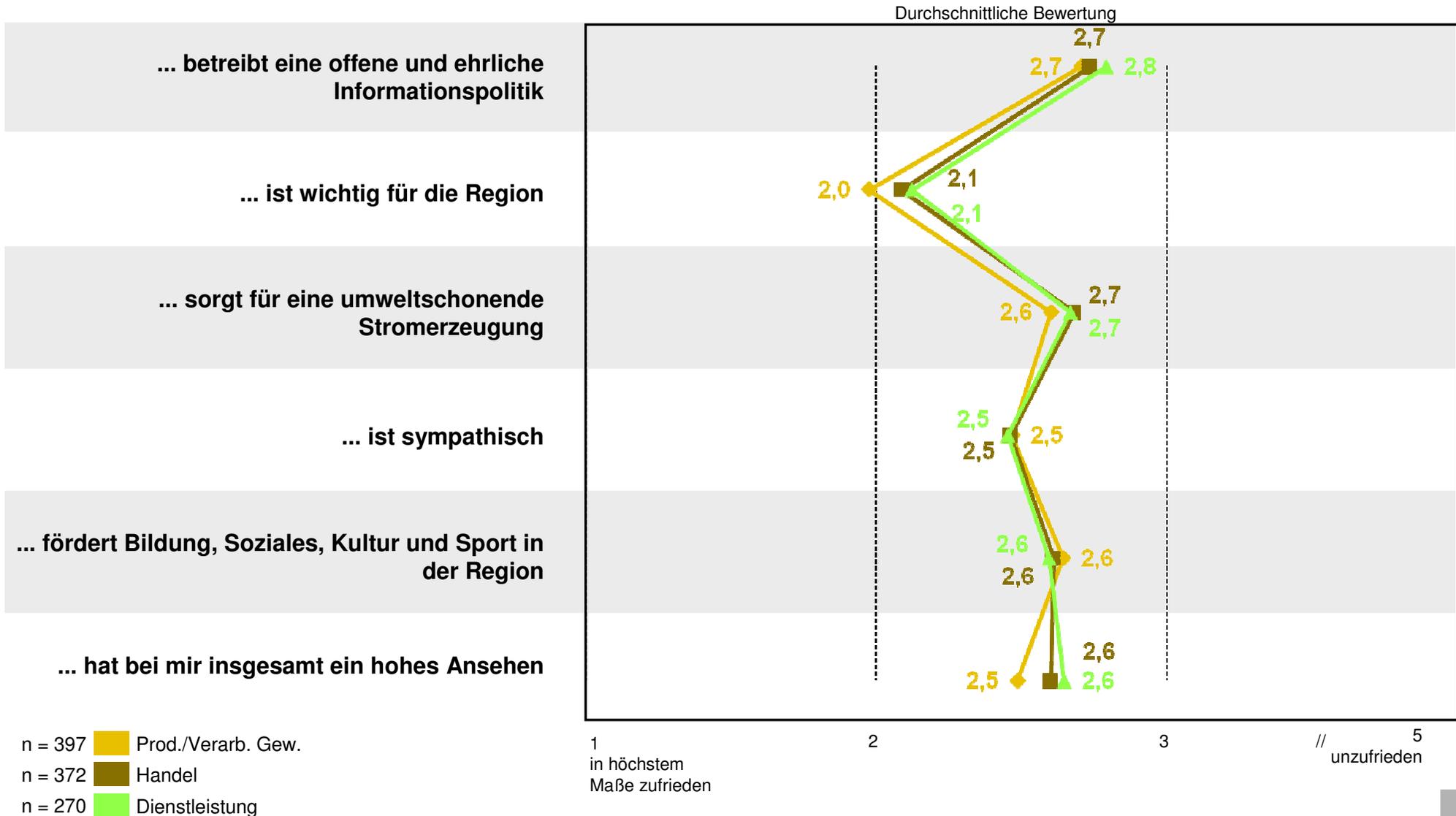


Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen (2/2)

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



n = 397 ■ Prod./Verarb. Gew.
 n = 372 ■ Handel
 n = 270 ■ Dienstleistung

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



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

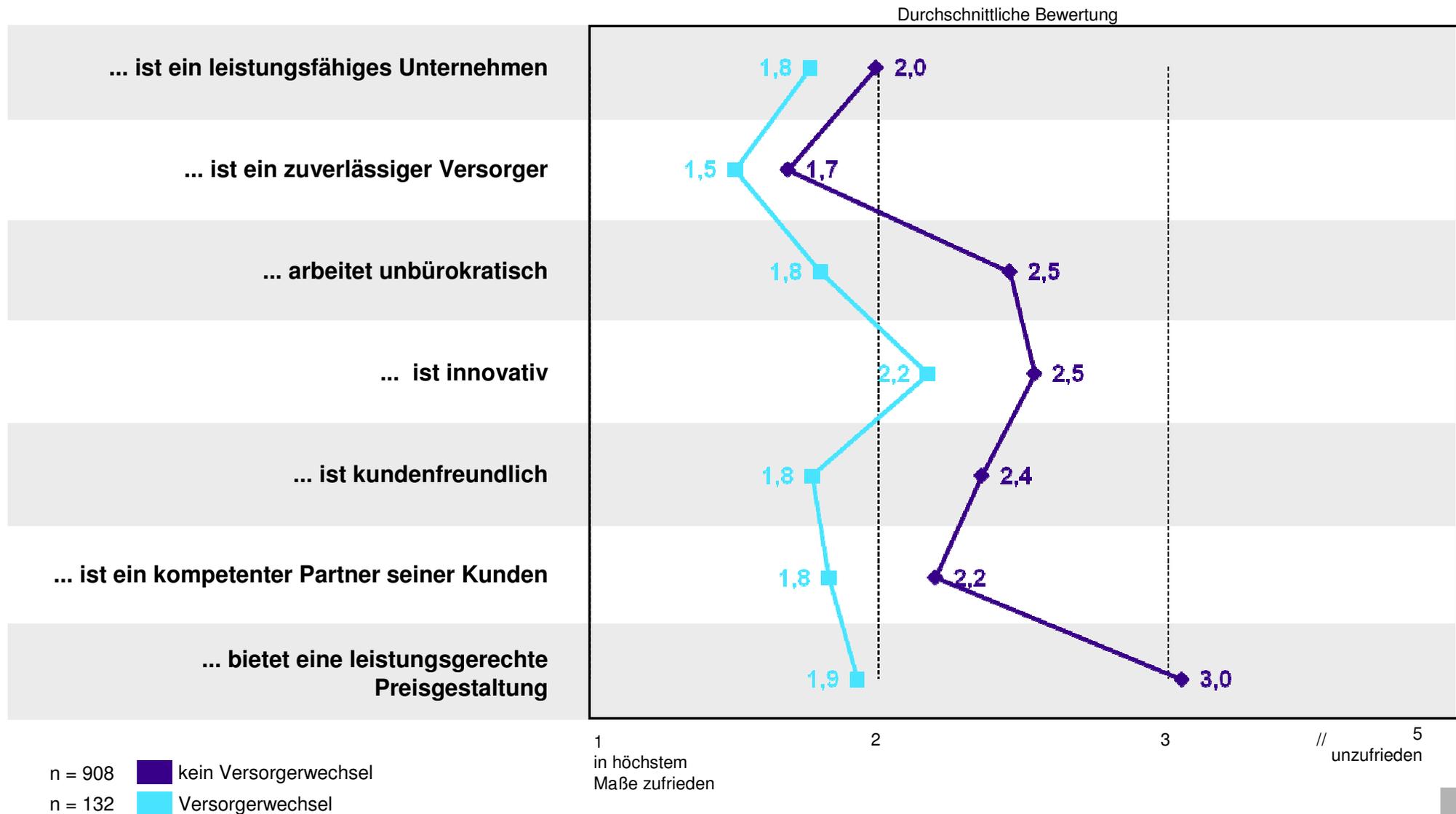
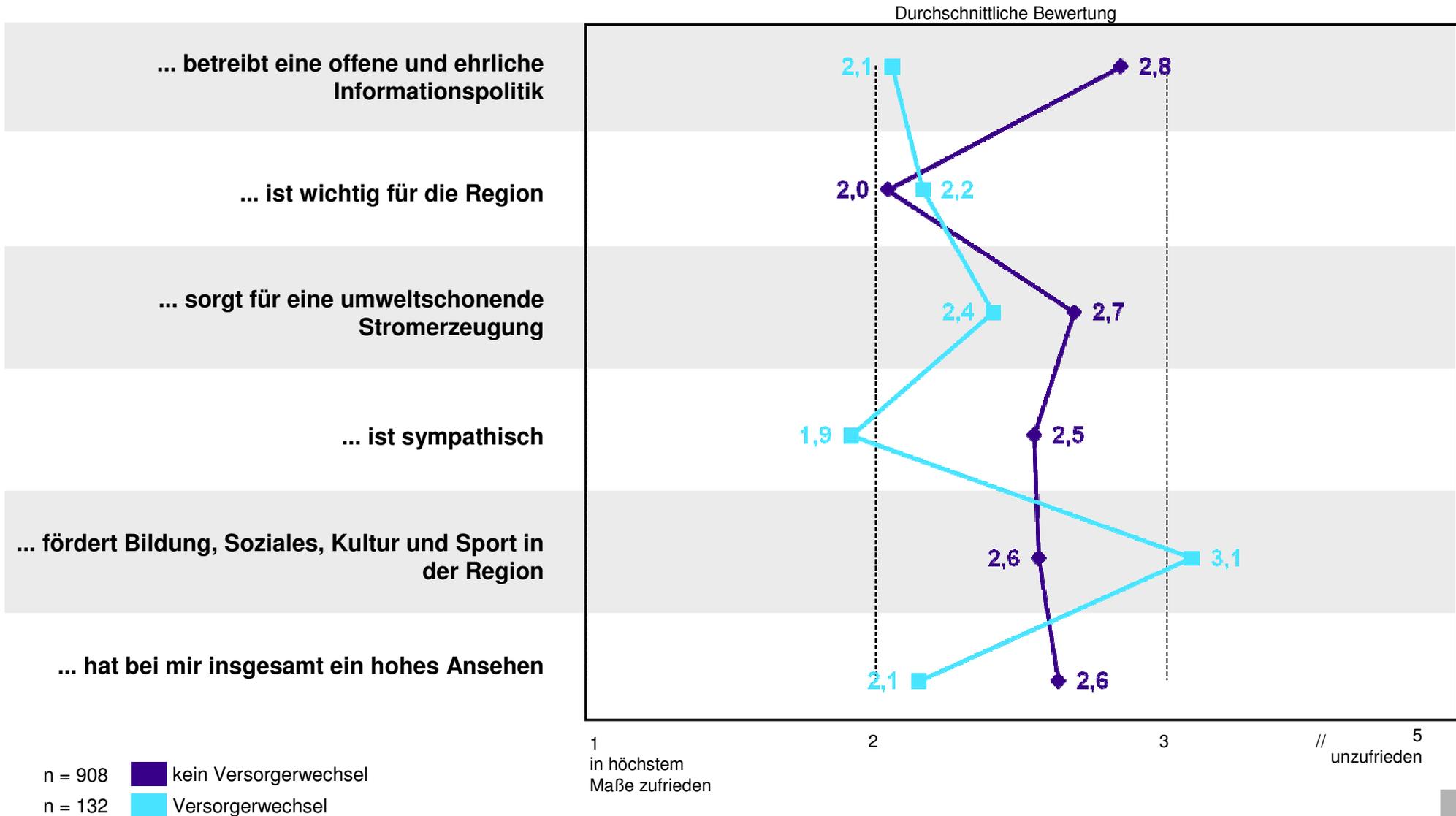


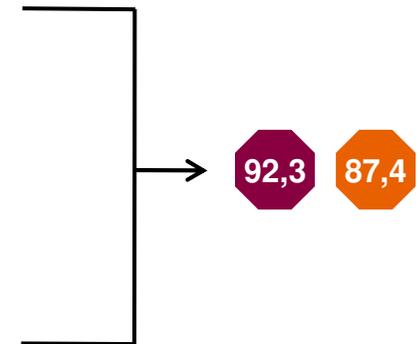
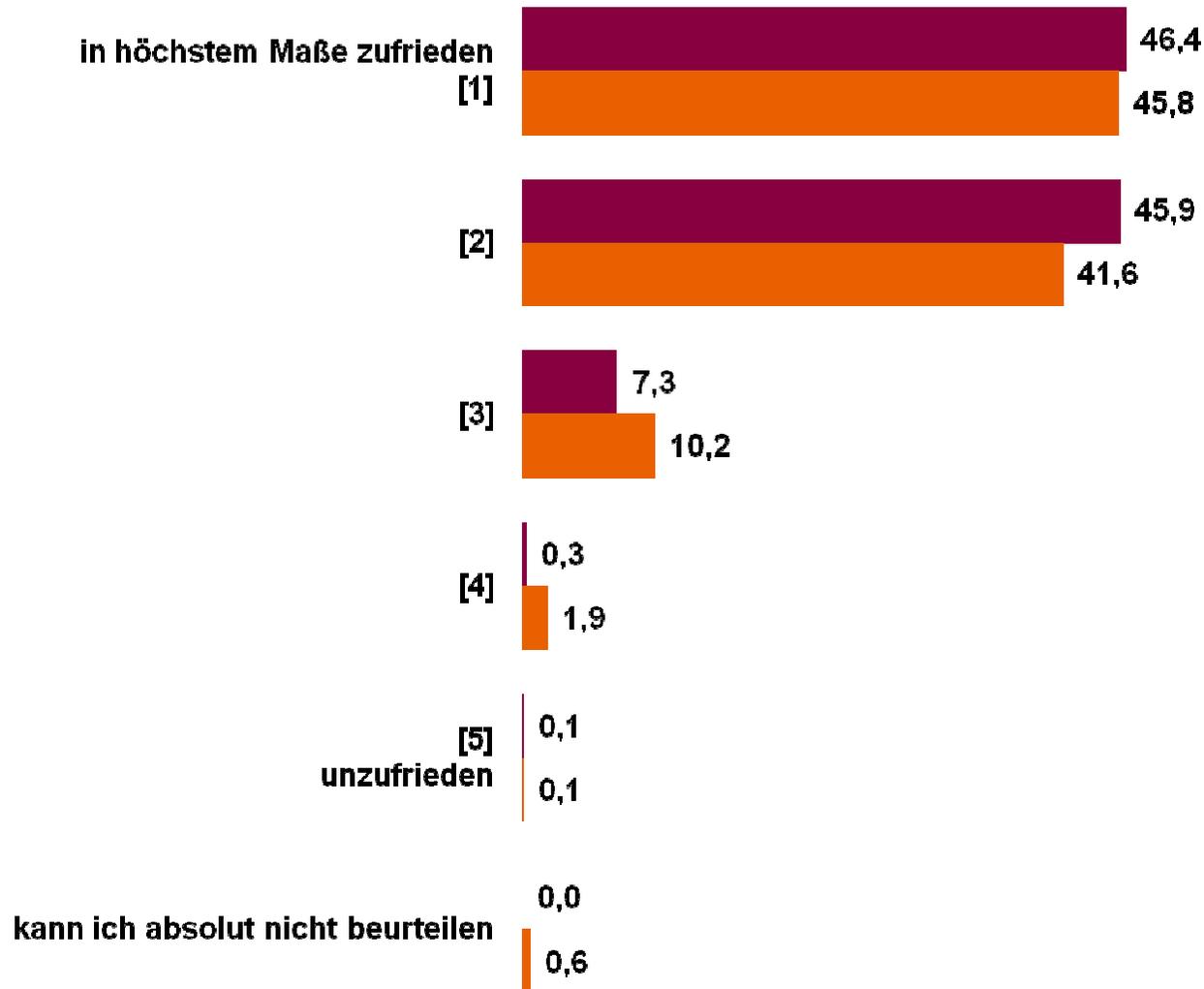
Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel (2/2)

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



Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz

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



Ø = 1,6 n = 1.040 Studie 2008
 Ø = 1,7 n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Stromversorgung



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

27,5

... dem Informationsverhalten des
Versorgers bei Störungen im
Leitungsnetz

29,2

11,5

37,5

12,3

39,3

29,0

... der Geschwindigkeit der
Störungsbehebung

33,9

4,8

47,3

3,1

44,2

45,5

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

45,4

3,6

32,8

7,9

31,8

2,5 2,6

2,2 2,3

2,4 2,5

1 in höchstem Maße zufrieden 5 unzufrieden

n = 1.040 Studie 2008 n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

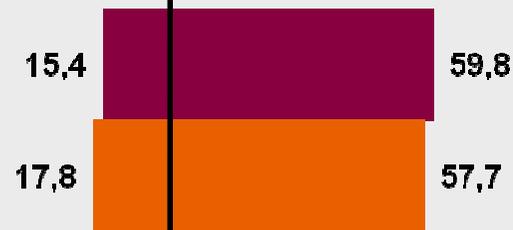
Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

1,3

... der Verständlichkeit der Rechnung

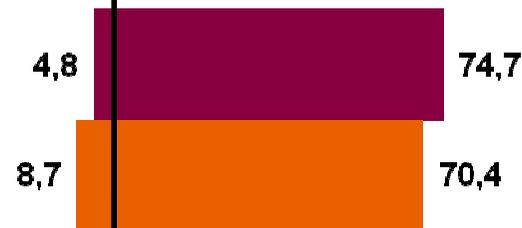
2,7



4,7

... der Korrektheit der Rechnung

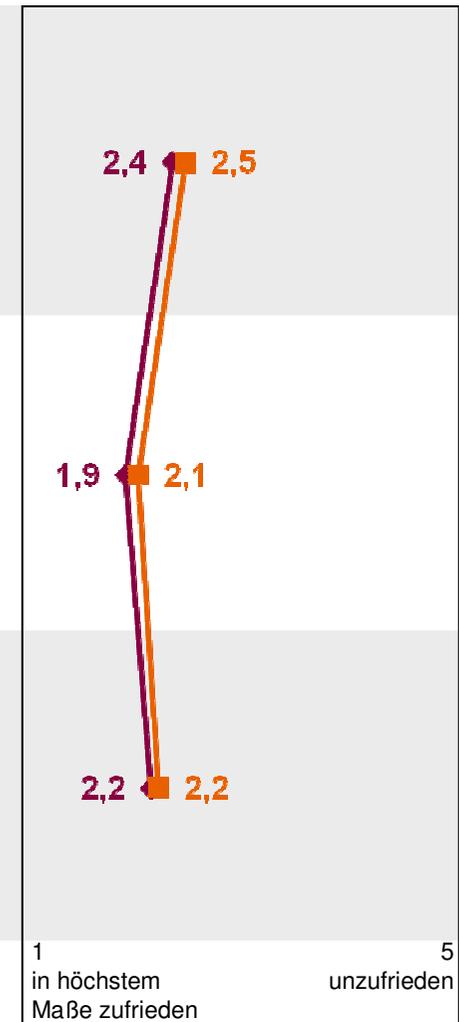
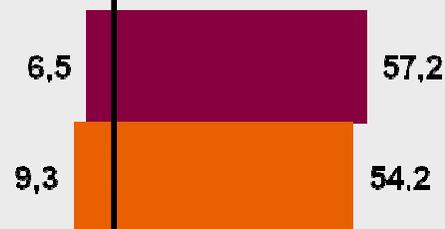
6,8



17,2

... dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung

25,2



n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Preise & Verträge



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

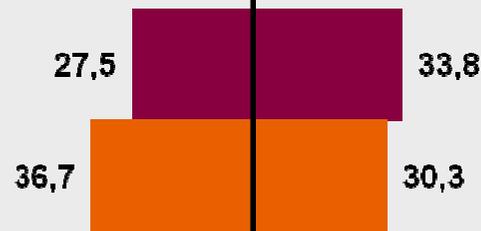
Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

3,1

4,8

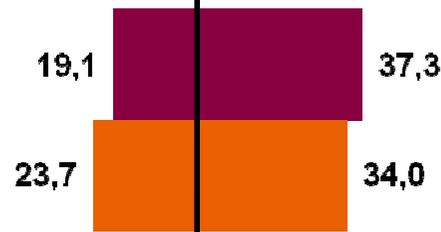
... der Transparenz der Preisgestaltung



9,6

12,3

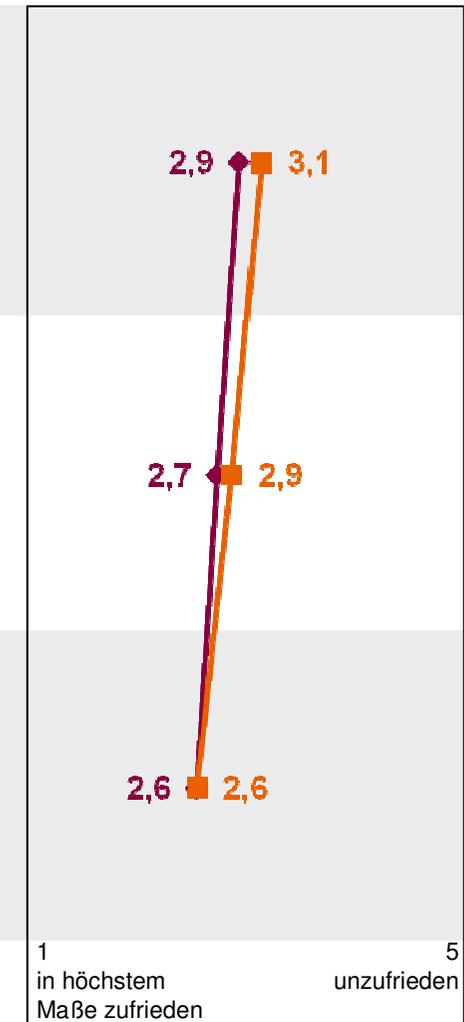
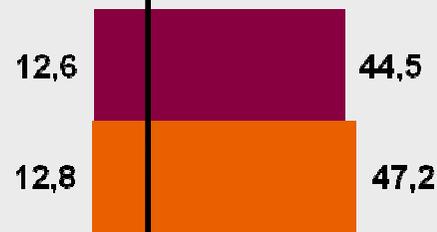
... der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung



12,5

14,1

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



n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Erreichbarkeit & Termine



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

9,6

... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger

9,8



2,3

2,1

2,0

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

12,9

... den Geschäftszeiten Ihres Energieversorgers

19,9



2,4

16,1

... der Einhaltung abgesprochener Termine

26,5



n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Mitarbeitermerkmale



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes
(Note 4 + 5)

Top-2-Boxes
(Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

7,1

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

3,8

76,5

7,7

3,3

73,7

10,3

... dem Einsatz der Mitarbeiter

3,5

67,4

17,0

4,4

57,0

23,7

... dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen

6,2

46,2

36,6

7,3

34,3

1,9 2,0

2,1 2,2

2,4 2,5

1 in höchstem Maße zufrieden 5 unzufrieden

n = 1.040 Studie 2008 n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungskompetenz



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

Durchschnittliche Bewertung

14,8

27,0

... der Verständlichkeit von Beratungsleistungen Ihres Energieversorgers



2,3 → 2,4

12,1

21,0

... der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers allgemein

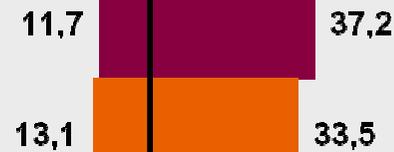


2,3 → 2,4

24,4

30,2

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



2,6 → 2,7



n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungsumfang & -qualität



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

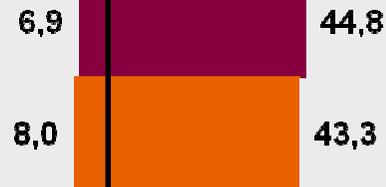
Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

15,6

16,8

... dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebot



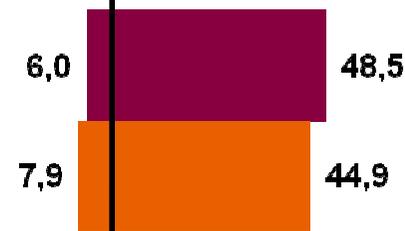
2,4

2,5

17,3

21,3

... der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebot



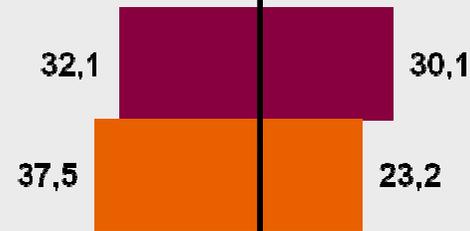
2,4

2,4

7,5

9,3

... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers zur Strom einsparung bei den Kunden beizutragen



3,0

3,3



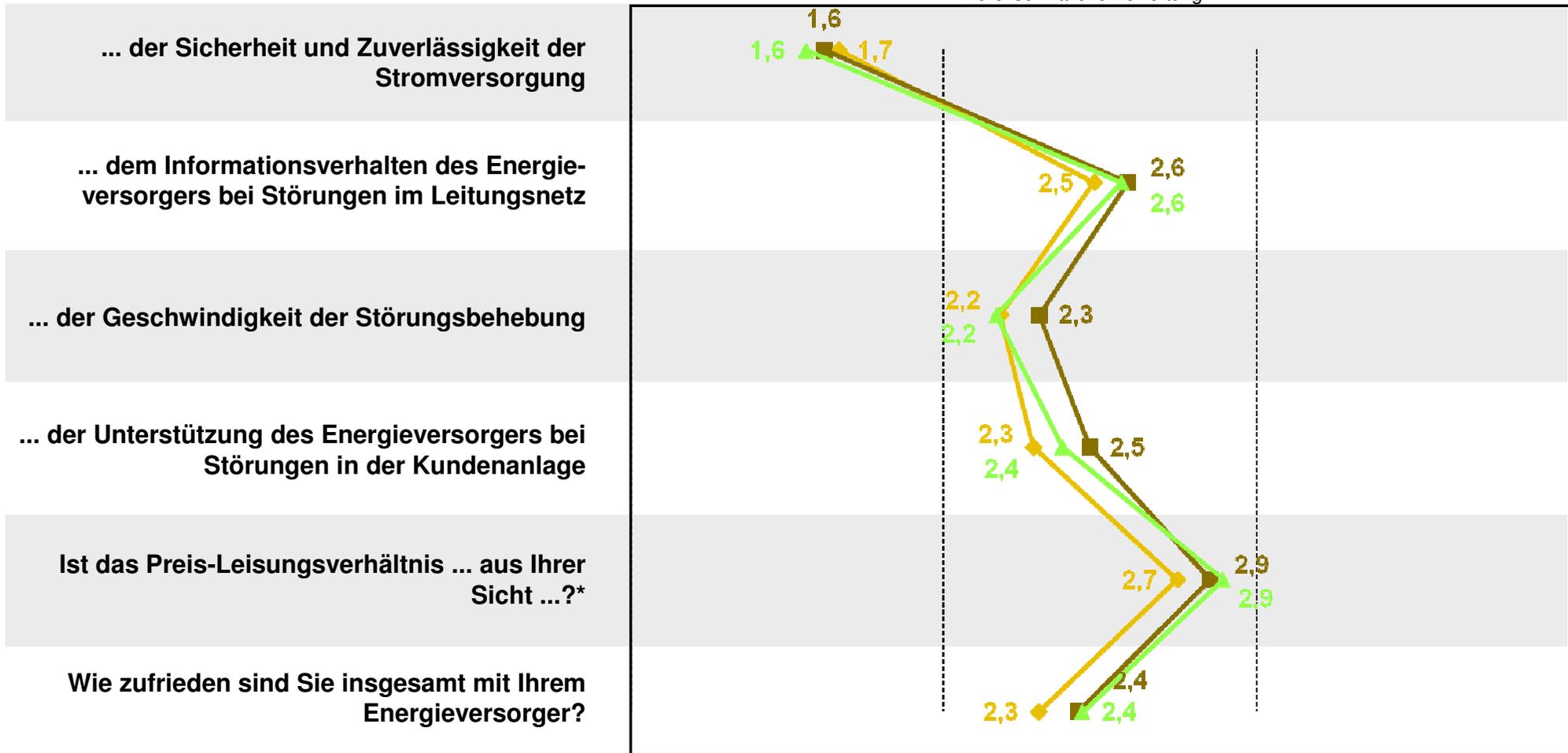
n = 1.040 Studie 2008 | n = 1.040 Studie 2007

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen (1/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Durchschnittliche Bewertung



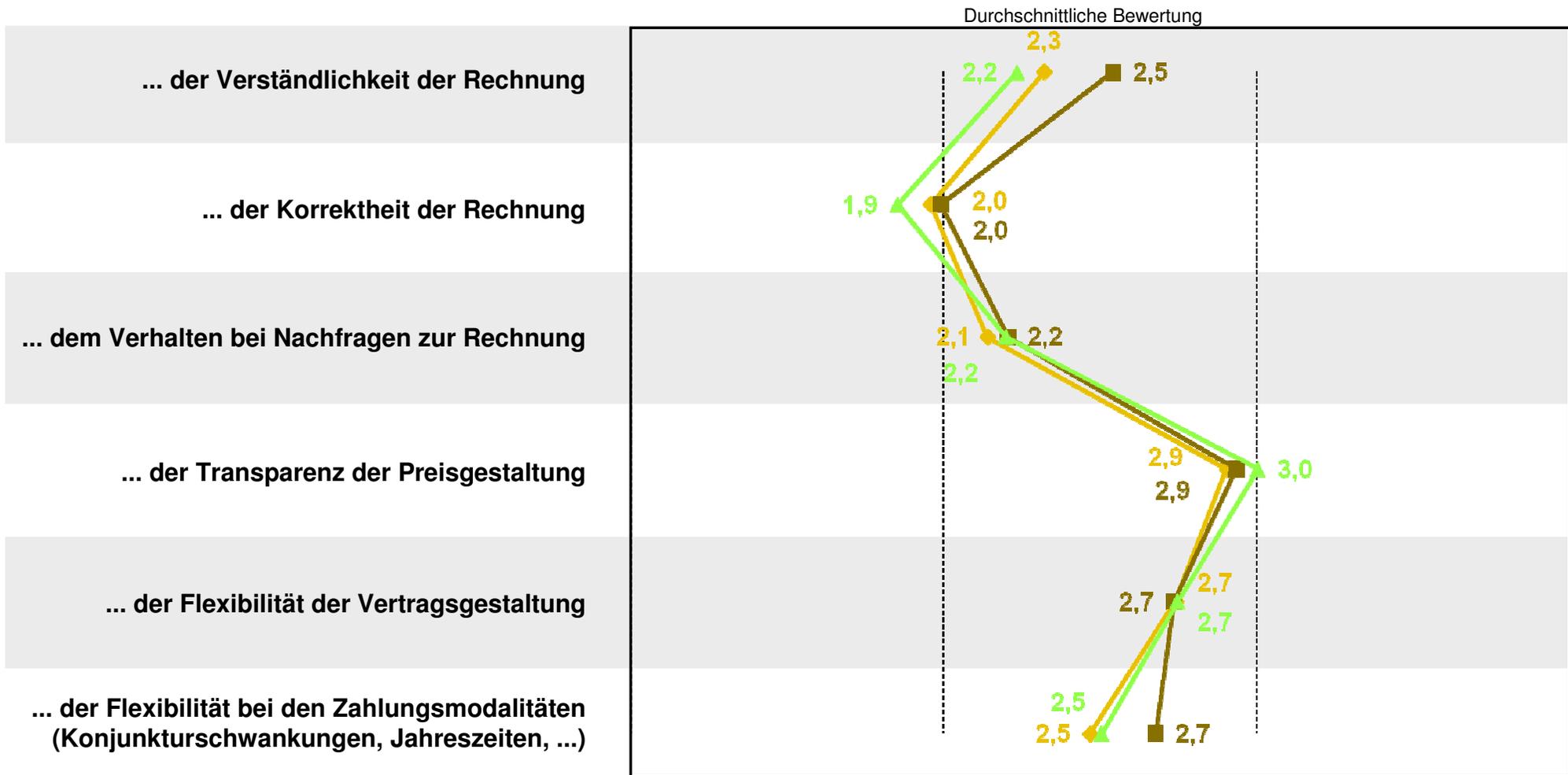
n = 397 ■ Prod./Verarb. Gew.
 n = 372 ■ Handel
 n = 270 ■ Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden
 2 // 3 // 4 // 5 unzufrieden
 *geänderte Skala:
 1 – sehr gut, 2 – gut, 3 – angemessen, 4 – mäßig, 5 – schlecht

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen (2/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?



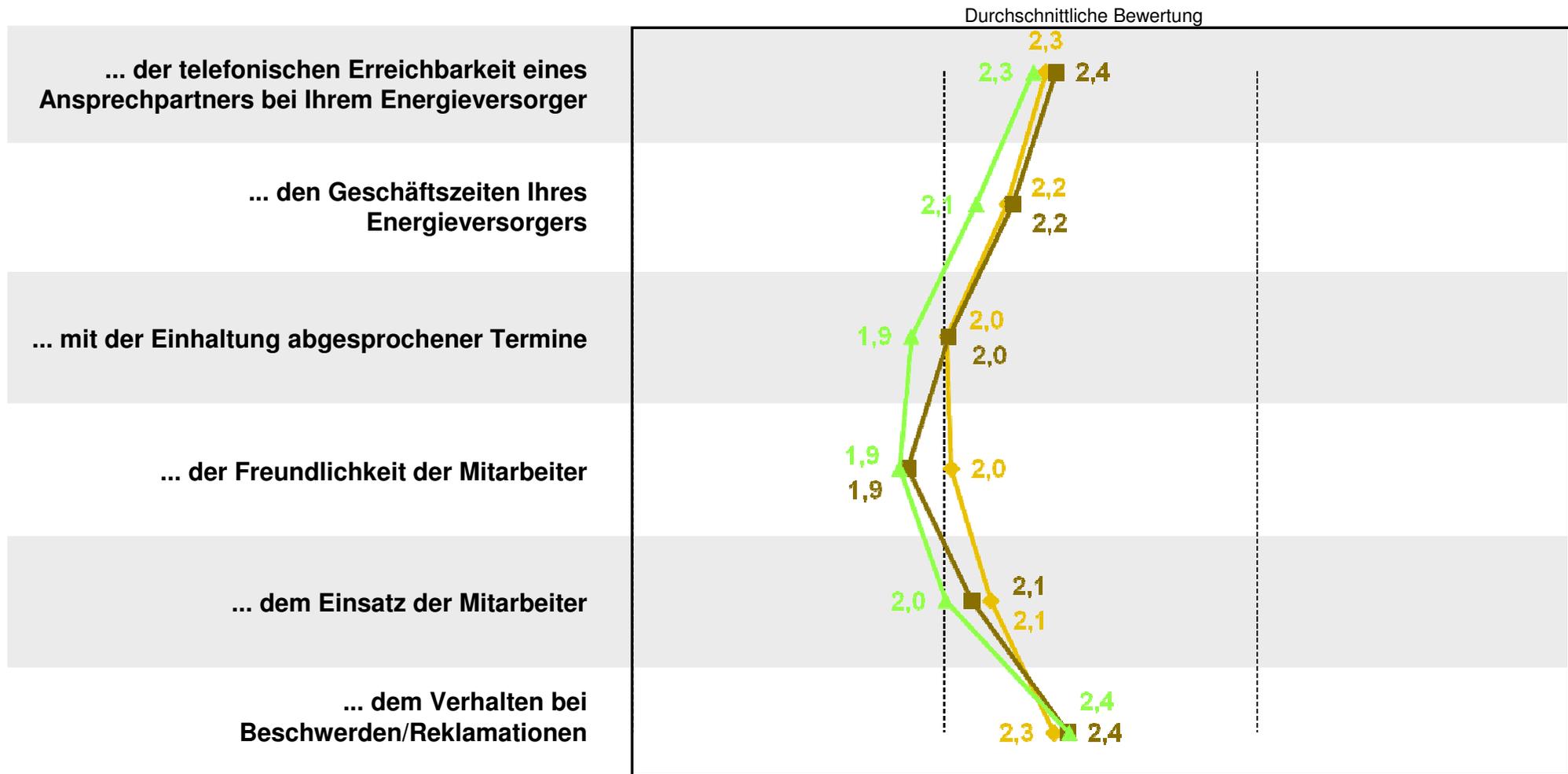
- n = 397 ■ Prod./Verarb. Gew.
- n = 372 ■ Handel
- n = 270 ■ Dienstleistung

1 in höchstem Maße zufrieden // 5 unzufrieden

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen (3/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?



- n = 397 ■ Prod./Verarb. Gew.
- n = 372 ■ Handel
- n = 270 ■ Dienstleistung

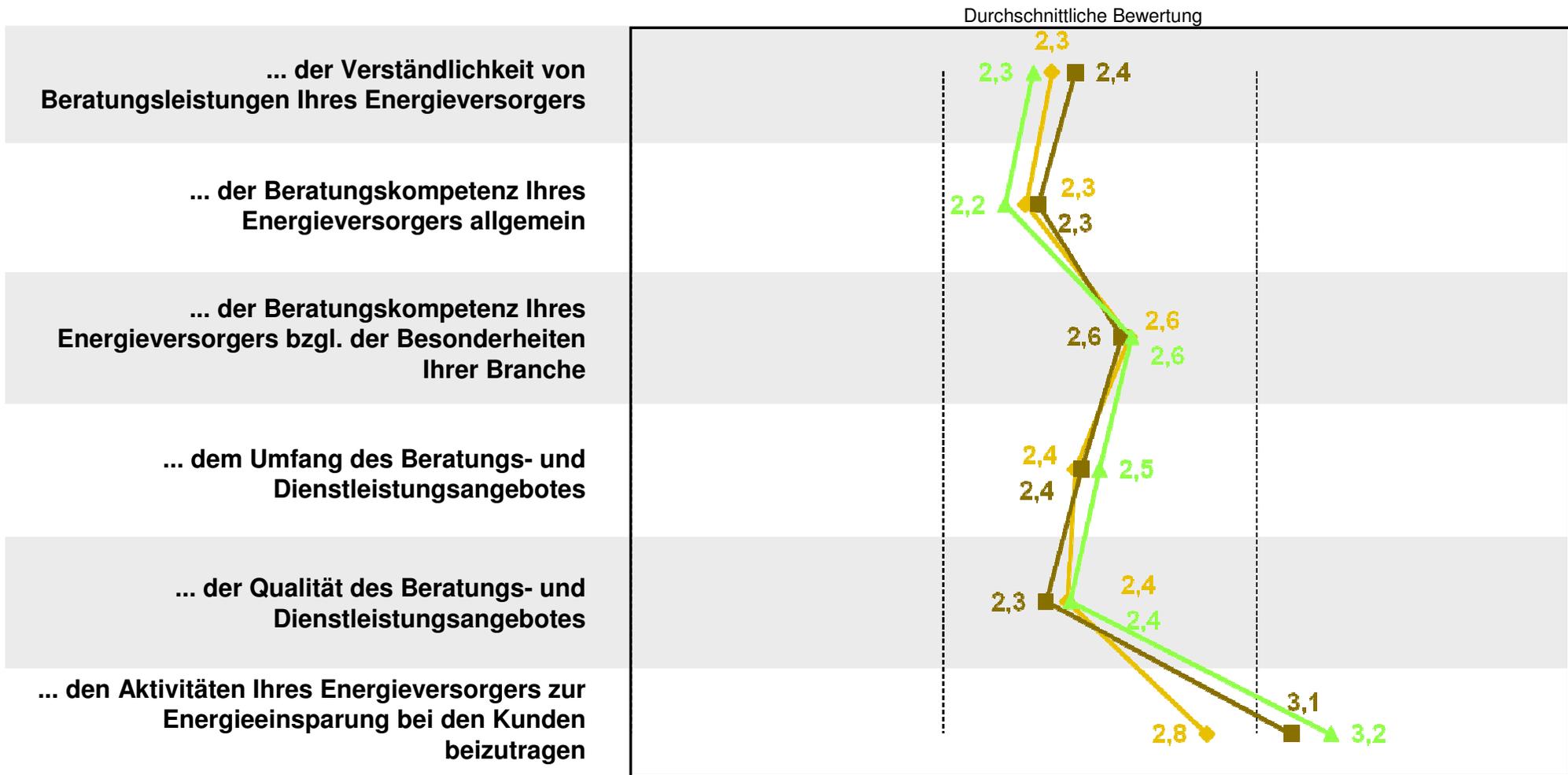
1 in höchstem Maße zufrieden

5 // unzufrieden

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen (4/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?



- n = 397 ■ Prod./Verarb. Gew.
- n = 372 ■ Handel
- n = 270 ■ Dienstleistung

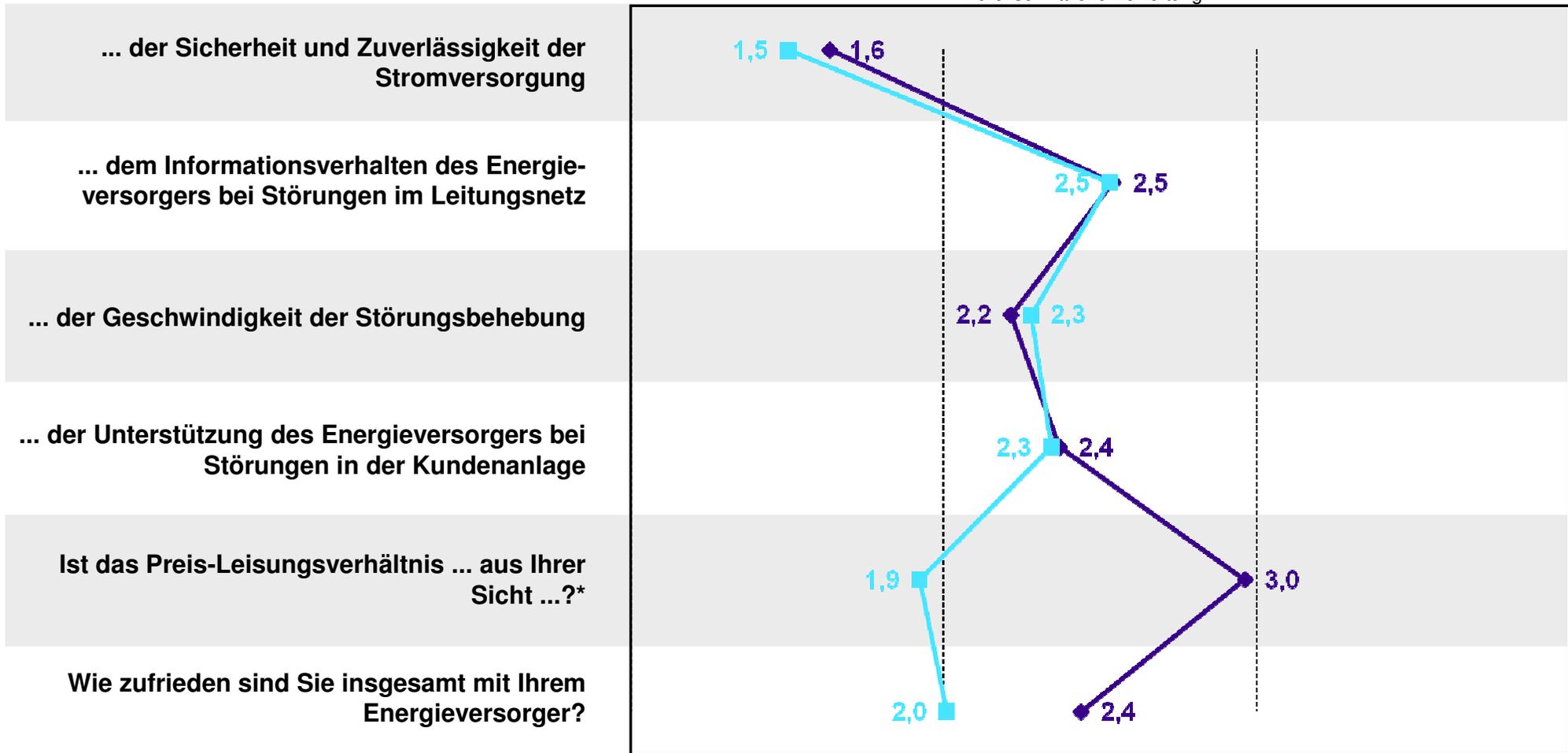
1 in höchstem Maße zufrieden 2 3 // 5 unzufrieden

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel (1/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Durchschnittliche Bewertung



n = 908 ■ kein Versorgerwechsel
 n = 132 ■ Versorgerwechsel

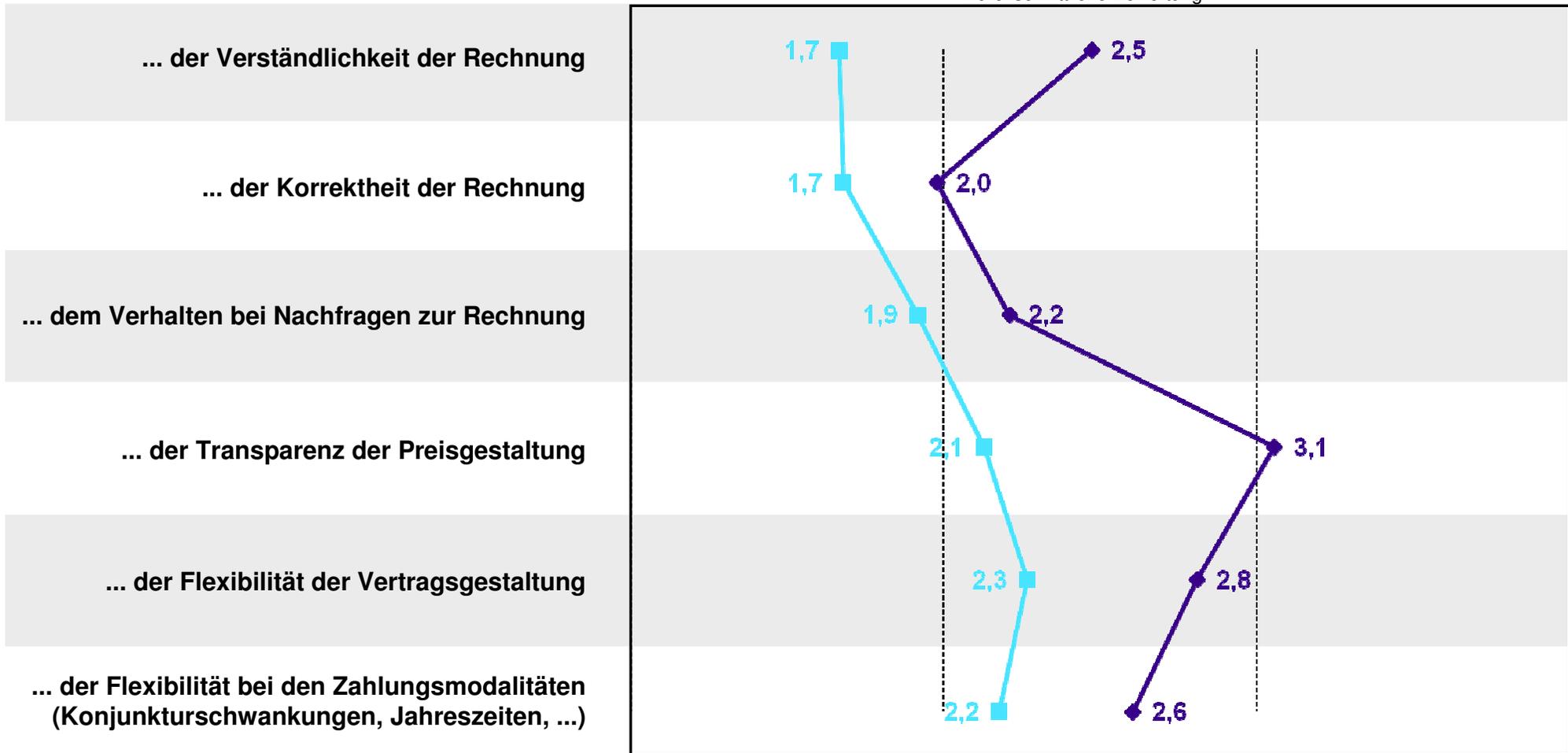
1 in höchstem Maße zufrieden
 2 // 5 unzufrieden
 *geänderte Skala:
 1 – sehr gut, 2 – gut, 3 – angemessen, 4 – mäßig, 5 – schlecht

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel (2/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Durchschnittliche Bewertung



n = 908 ■ kein Versorgerwechsel
 n = 132 ■ Versorgerwechsel

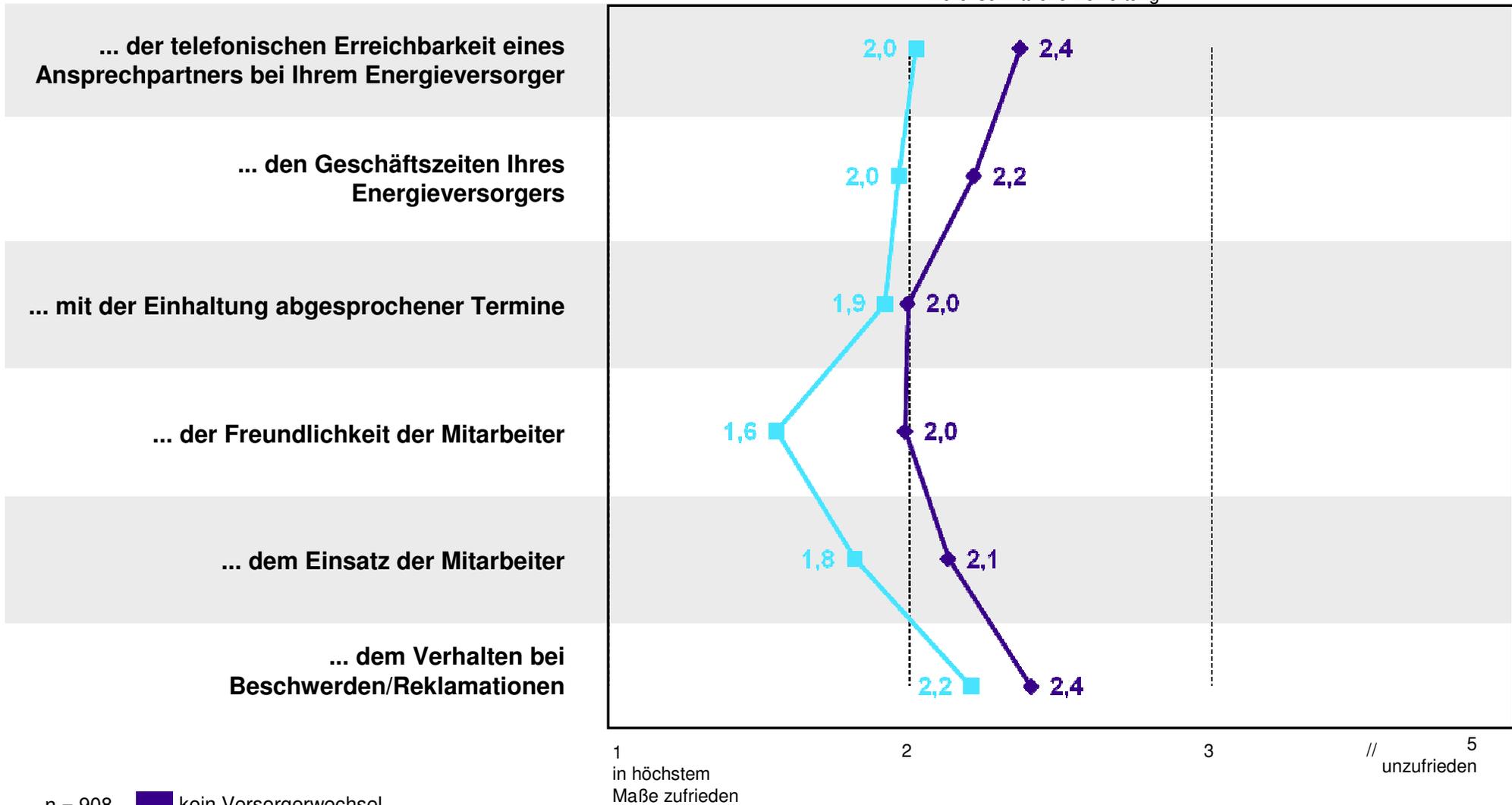
1 in höchstem Maße zufrieden // 5 unzufrieden

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel (3/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Durchschnittliche Bewertung



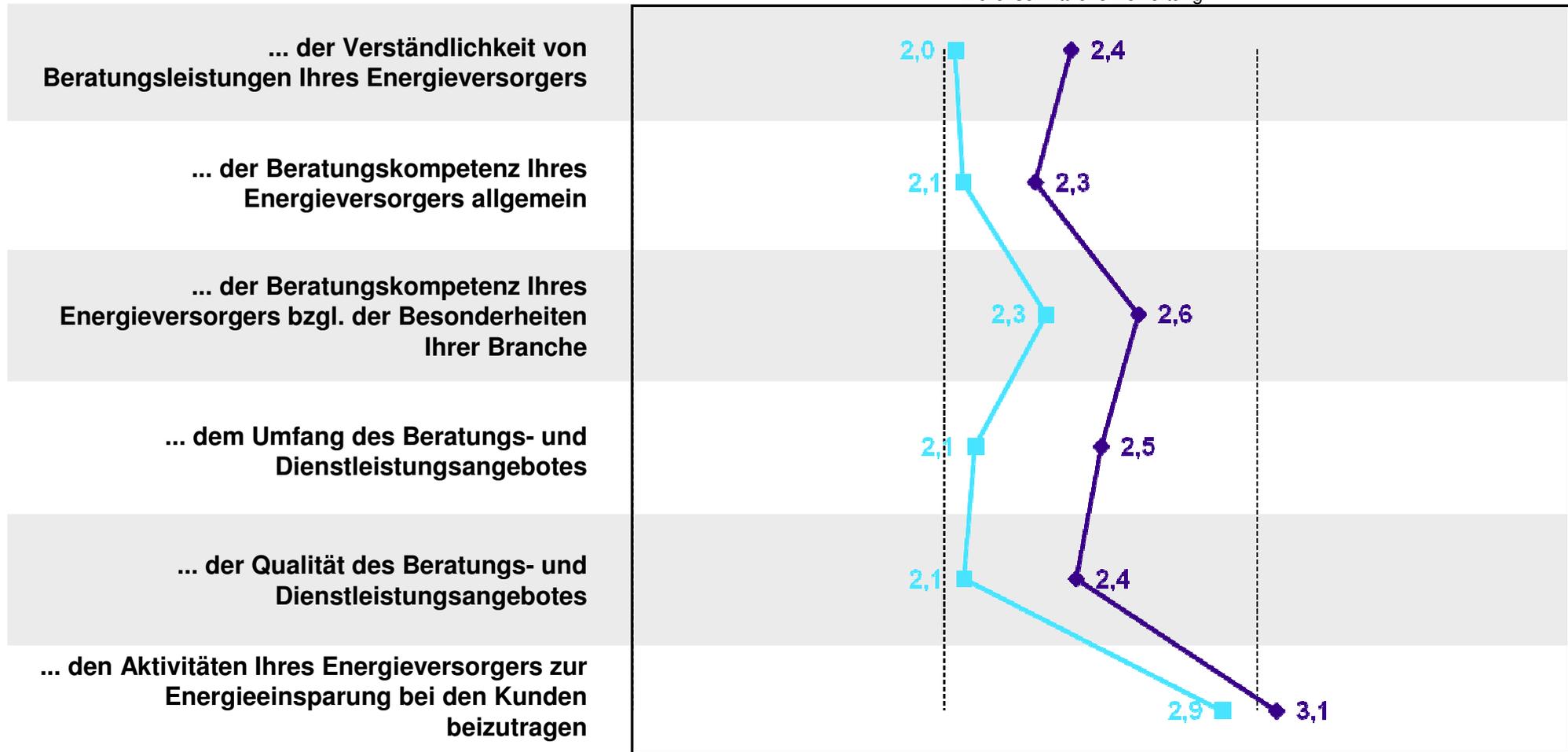
n = 908 ■ kein Versorgerwechsel
 n = 132 ■ Versorgerwechsel

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel (4/4)



Wie zufrieden sind Sie mit ...?

Durchschnittliche Bewertung



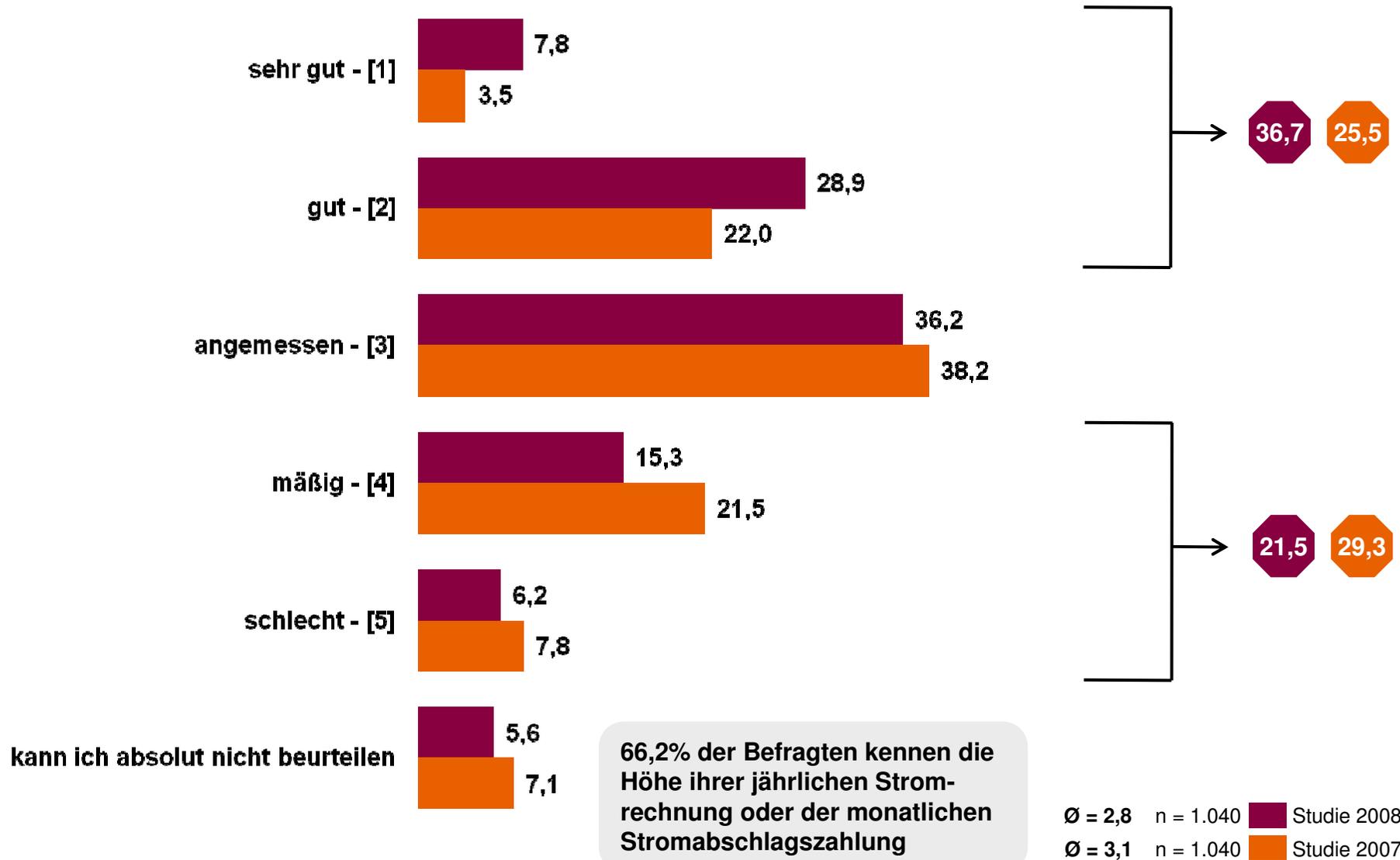
n = 908 ■ kein Versorgerwechsel
 n = 132 ■ Versorgerwechsel

1 in höchstem Maße zufrieden

// 5 unzufrieden

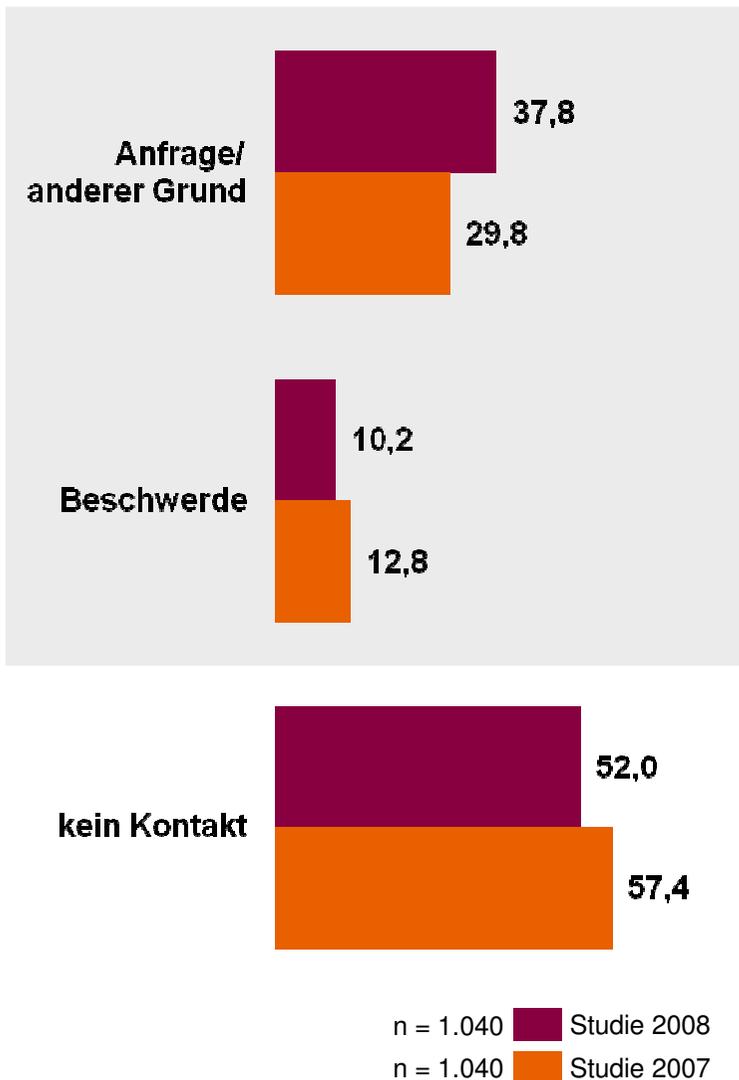
Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

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

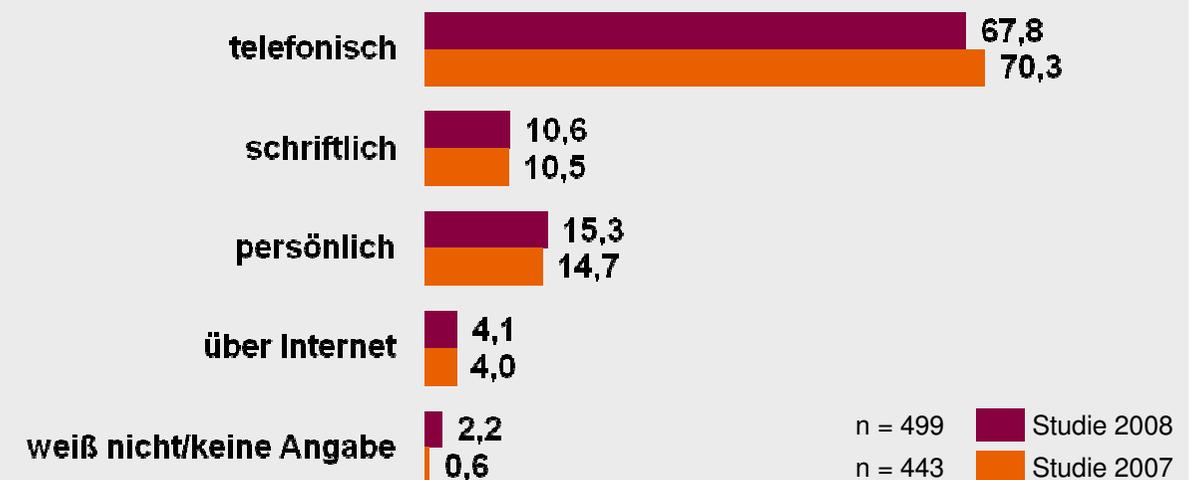


Ablauf des letzten Kontaktes

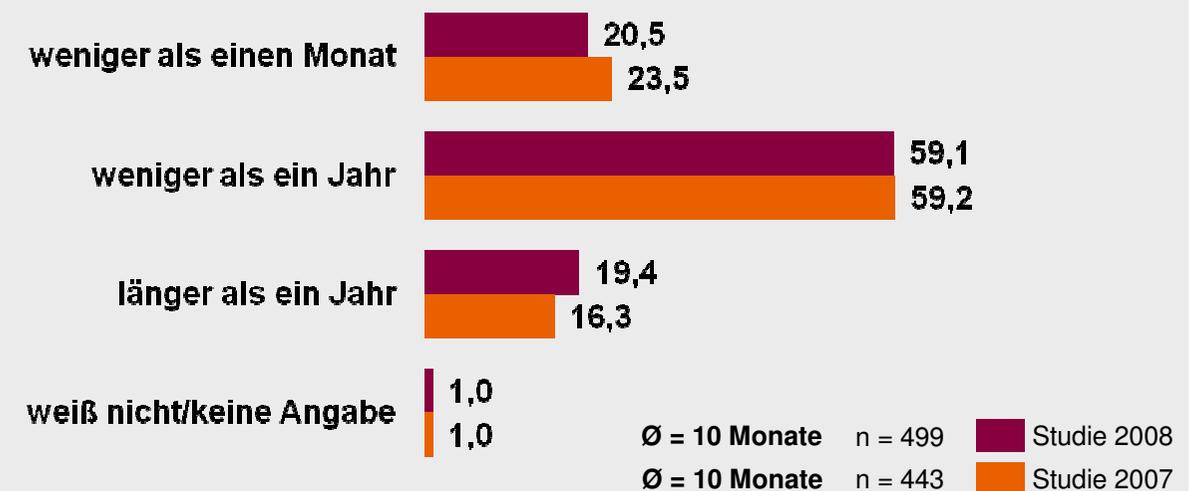
Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?



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



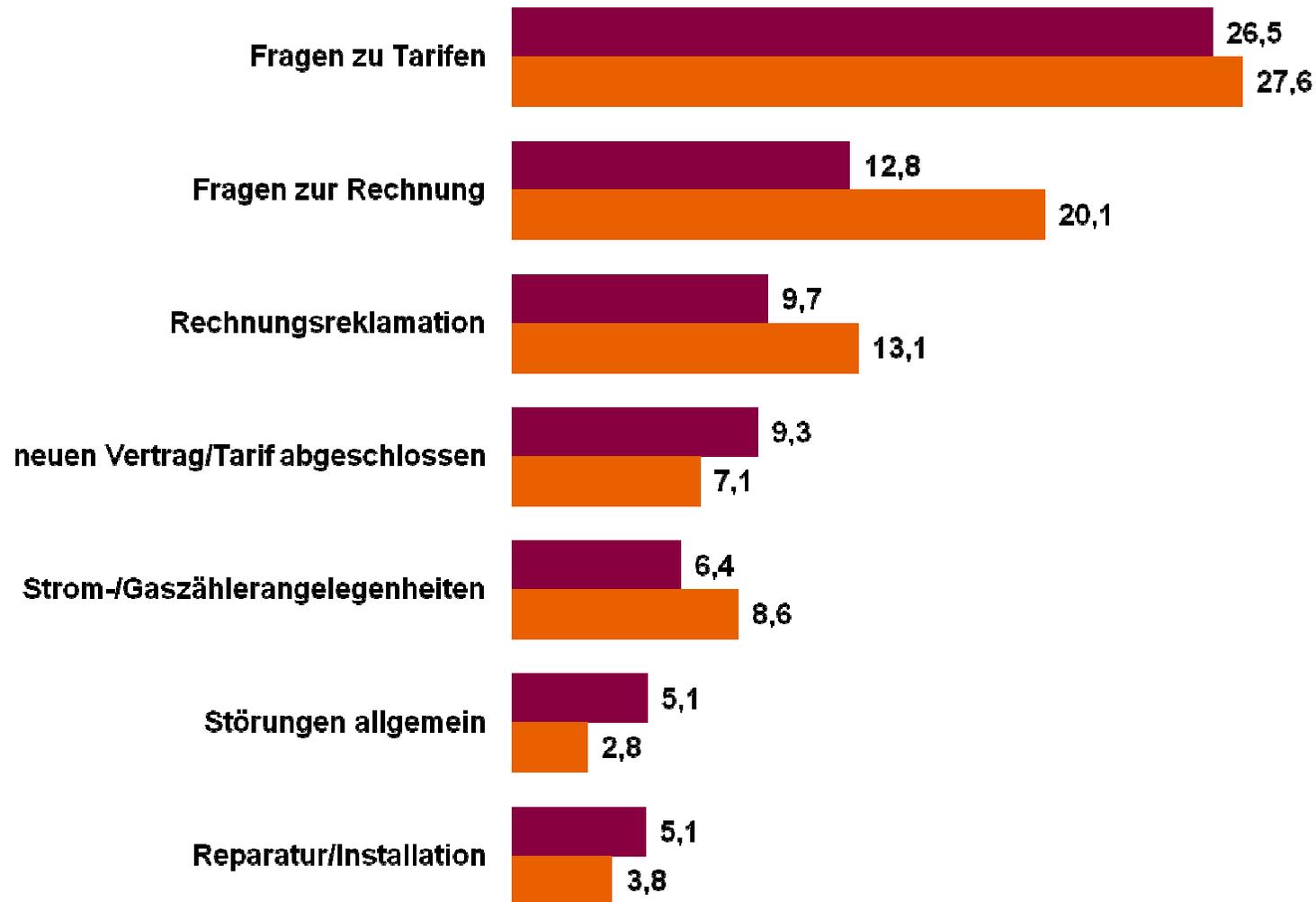
Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?



Anlass für den letzten Kontakt

Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

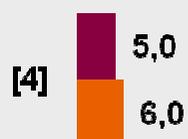
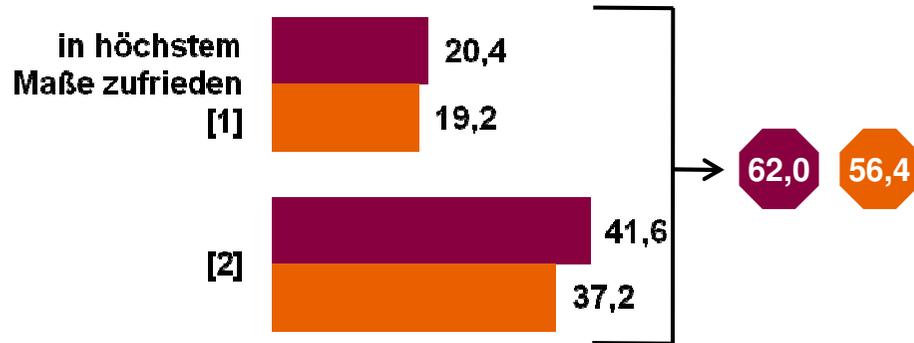
- Auswahl der häufigsten Nennungen -



n = 499 Studie 2008
n = 443 Studie 2007

Bewertung des letzten Kontaktes

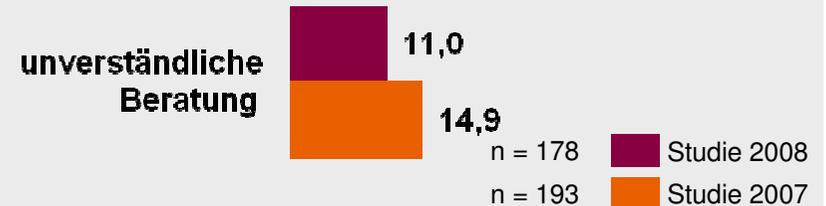
Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?



Ø = 2,4 n = 499 Studie 2008
 Ø = 2,5 n = 443 Studie 2007

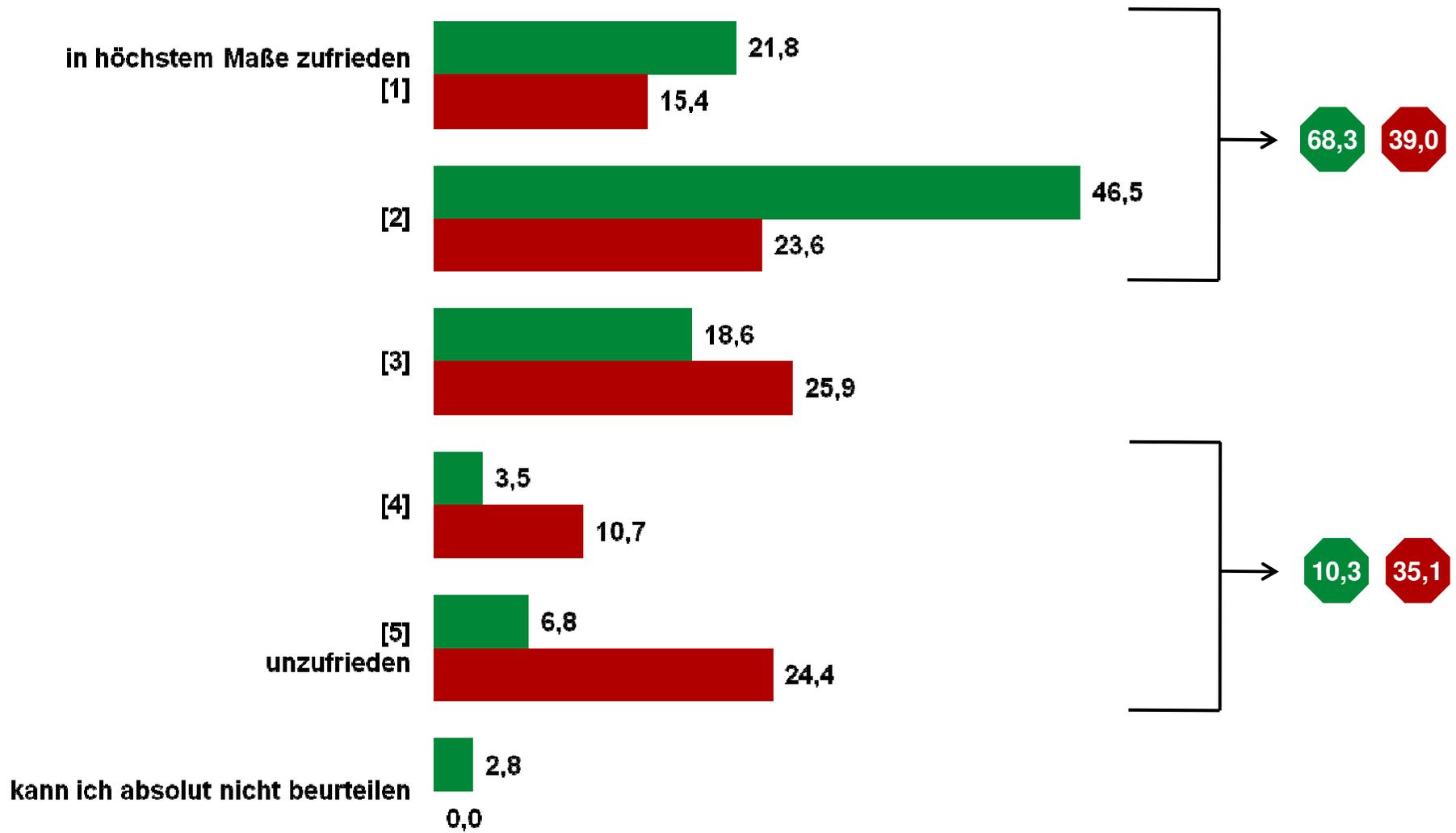
Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



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

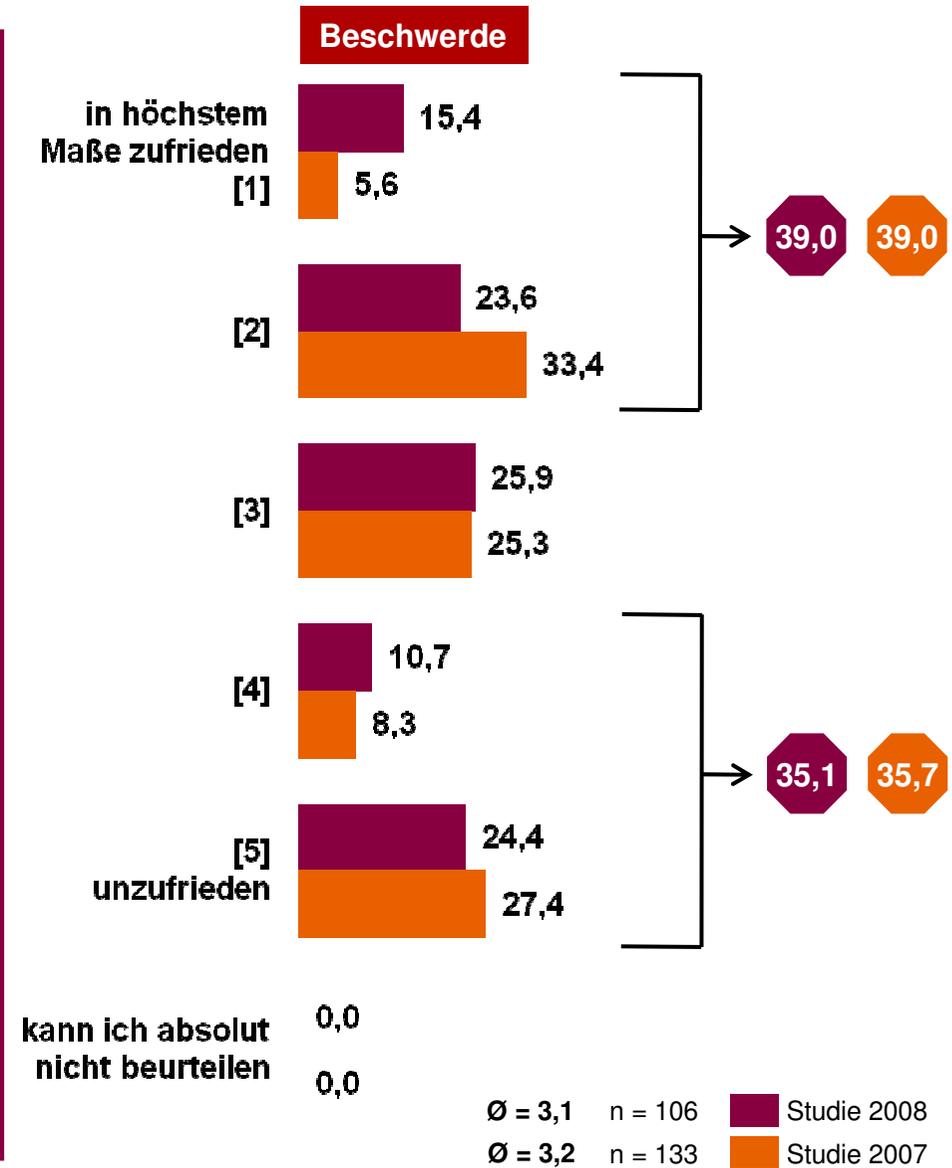
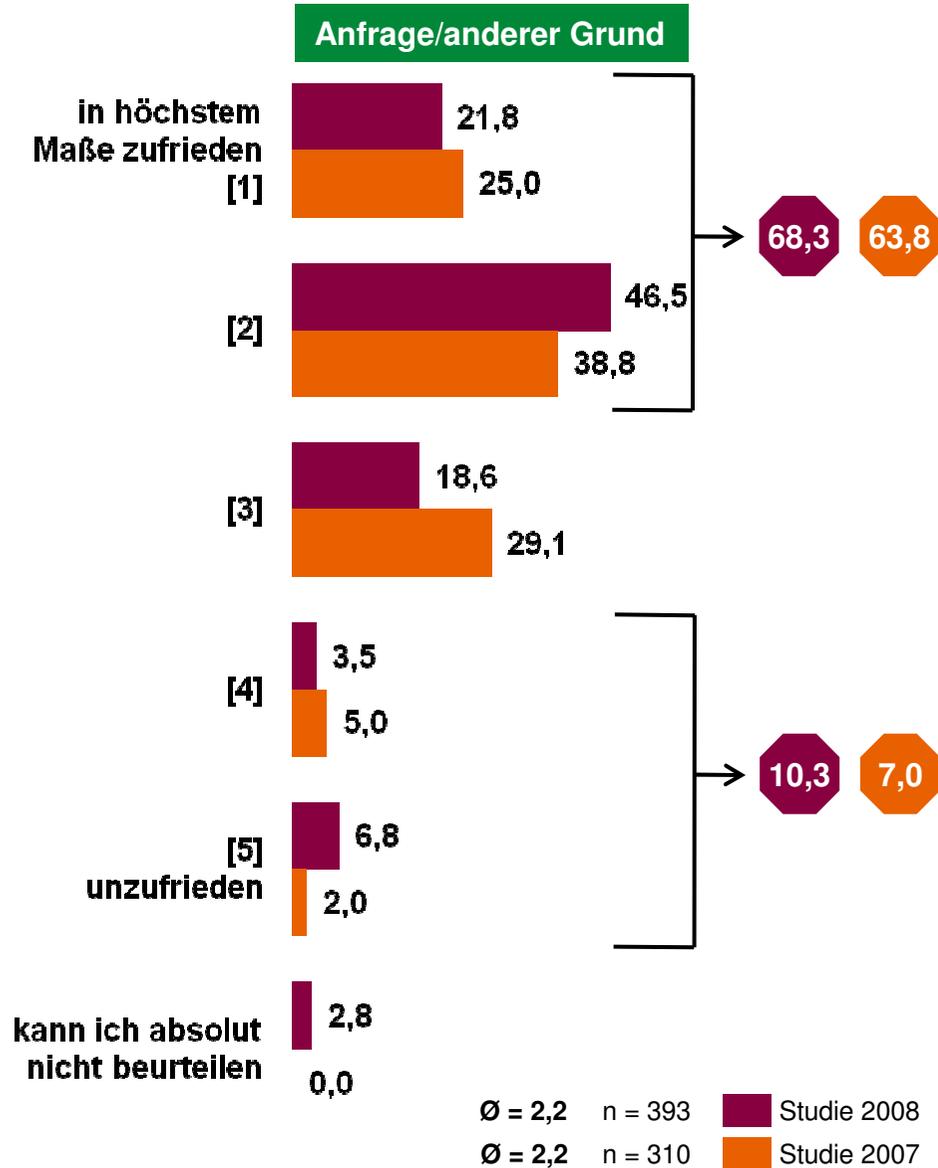
Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?



$\emptyset = 2,2$ n = 393 ■ Anfrage/anderer Grund
 $\emptyset = 3,1$ n = 106 ■ Beschwerde

Bewertung des letzten Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund (2/2)

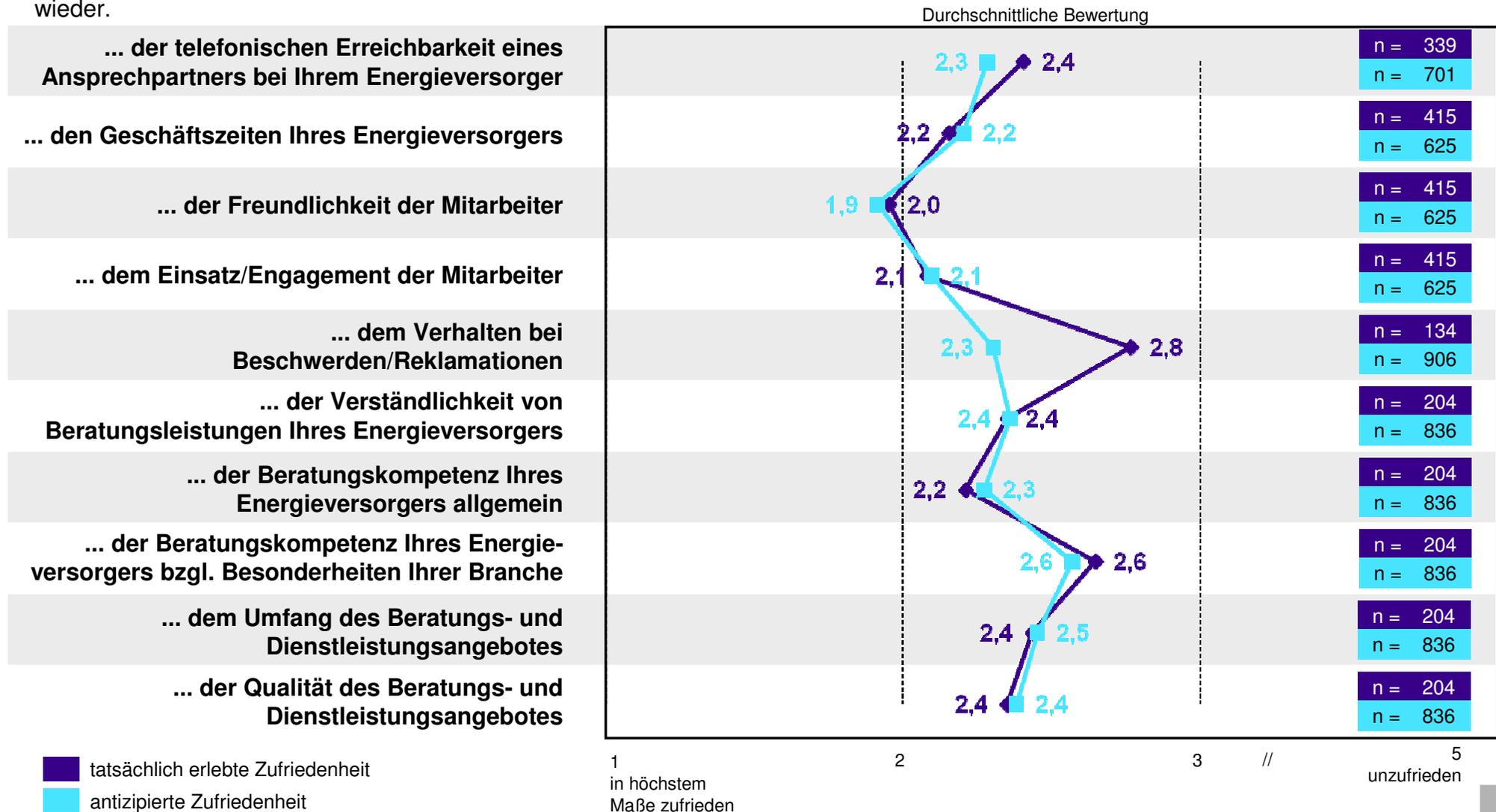
Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?



Tatsächlich erlebte Kundenzufriedenheit

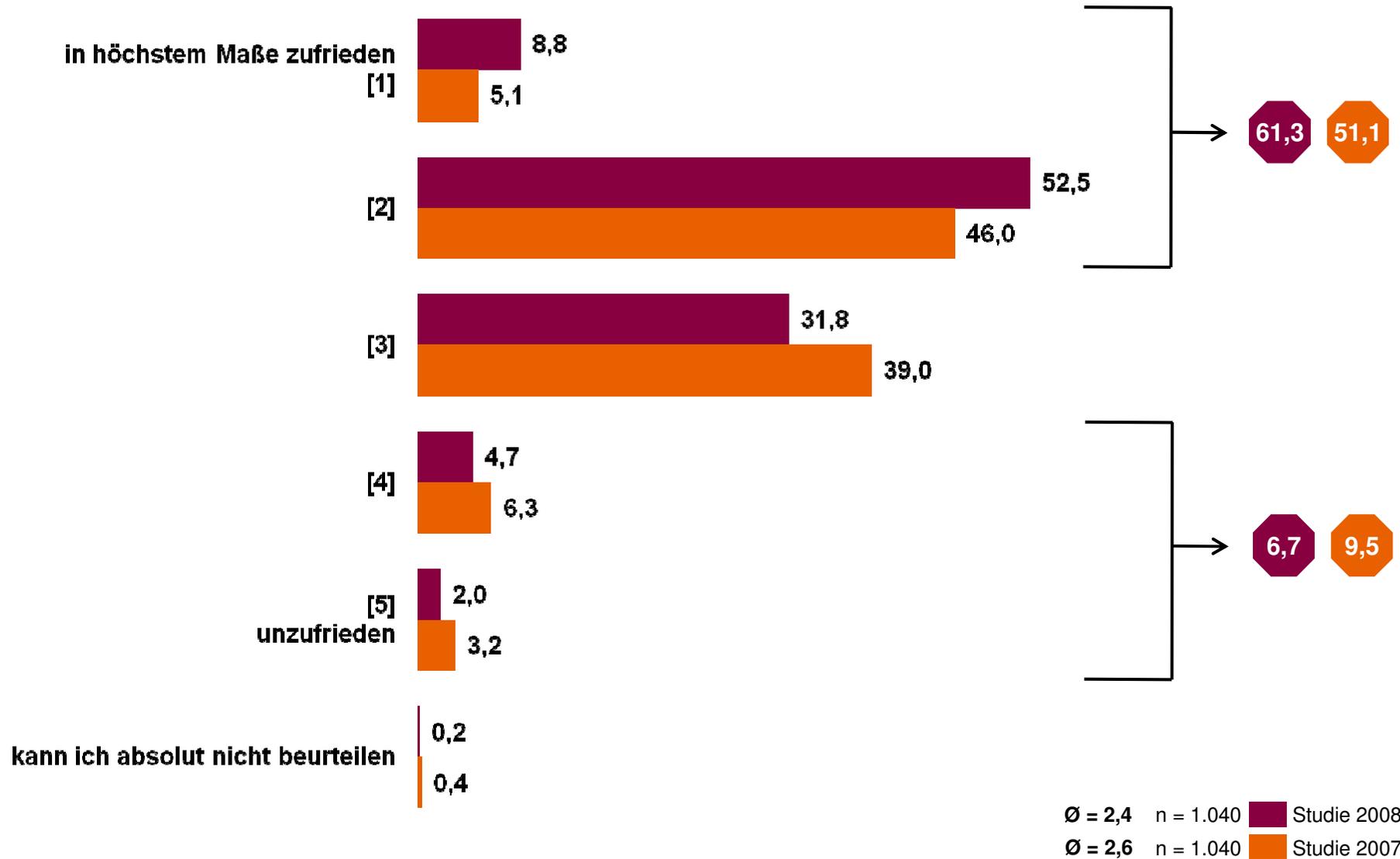


Die Zufriedenheit der Kunden mit verschiedenen Aspekten kann anhand der Fragen zum letzten Kontakt auf zwei Gruppen aufgeteilt werden. In der einen Gruppe haben die Befragten einen entsprechenden Kontakt mit ihrem Energieversorger gehabt und beurteilen so eine tatsächlich erlebte Zufriedenheit. Die zweite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



A' posteriori-Gesamtzufriedenheit

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



Untersuchungssteckbrief

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

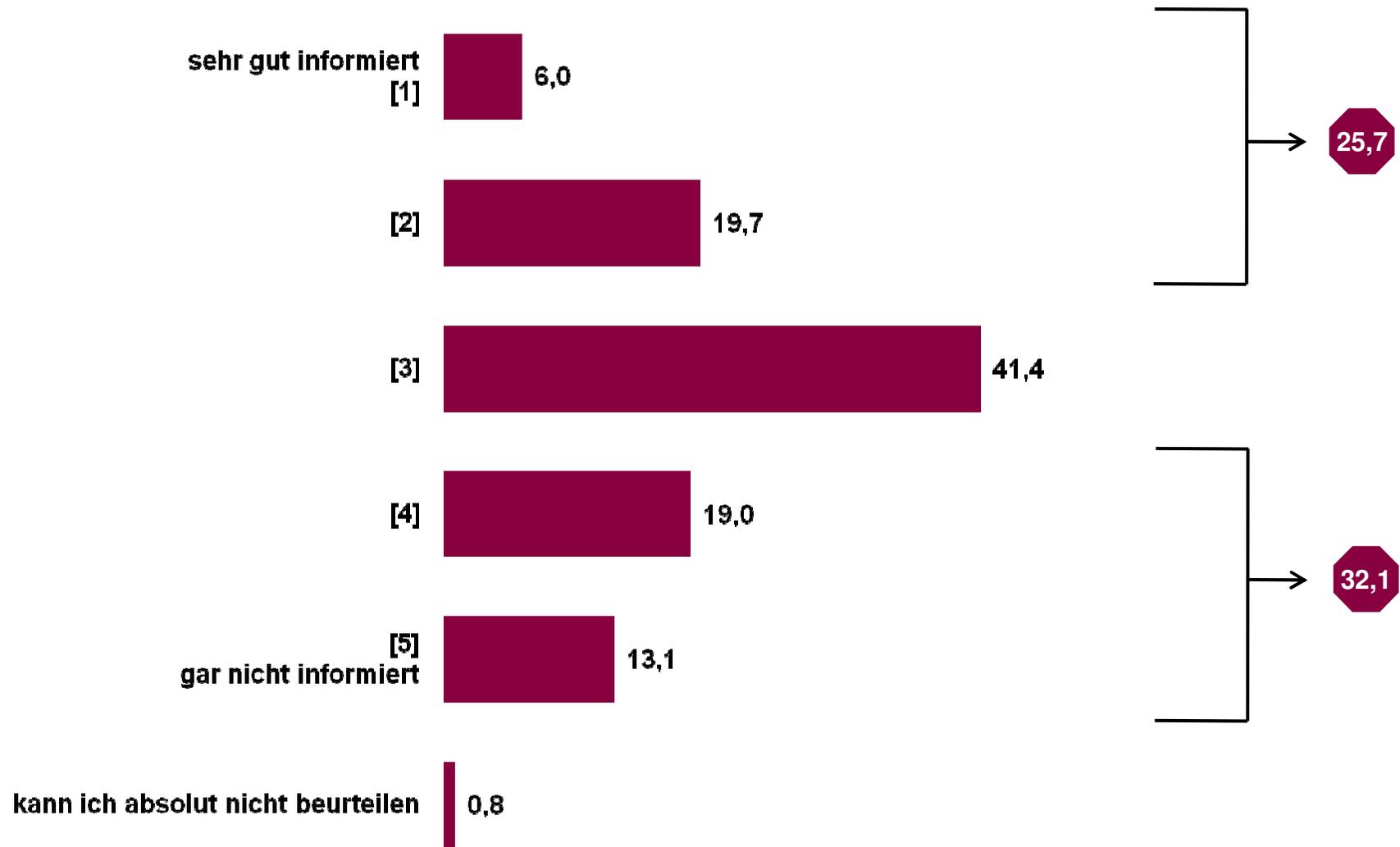
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang: Fragebogen

Information über den Wettbewerb

Wie gut fühlen Sie sich über den Wettbewerb in der Stromwirtschaft informiert?



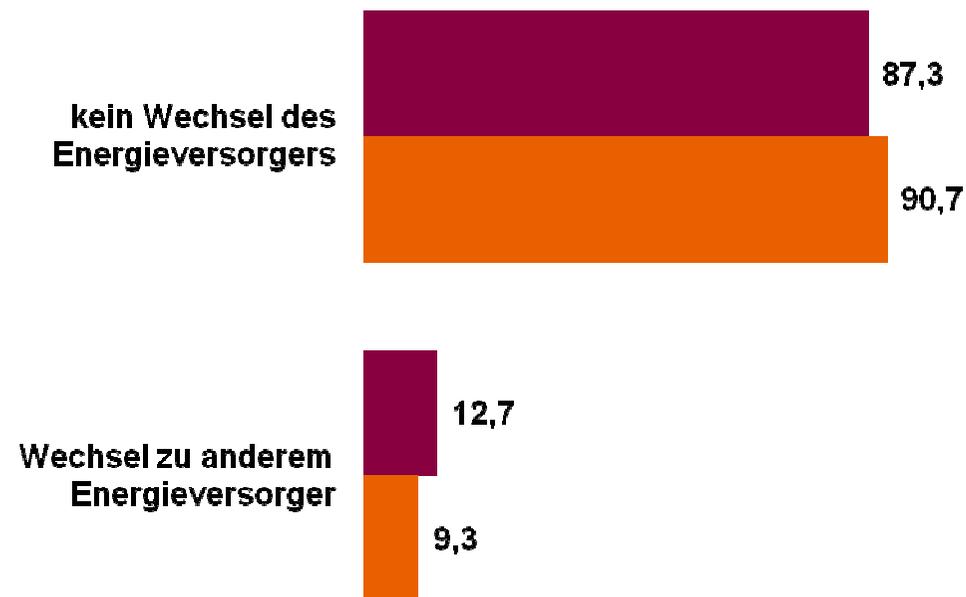
Wechselquote

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

- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

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

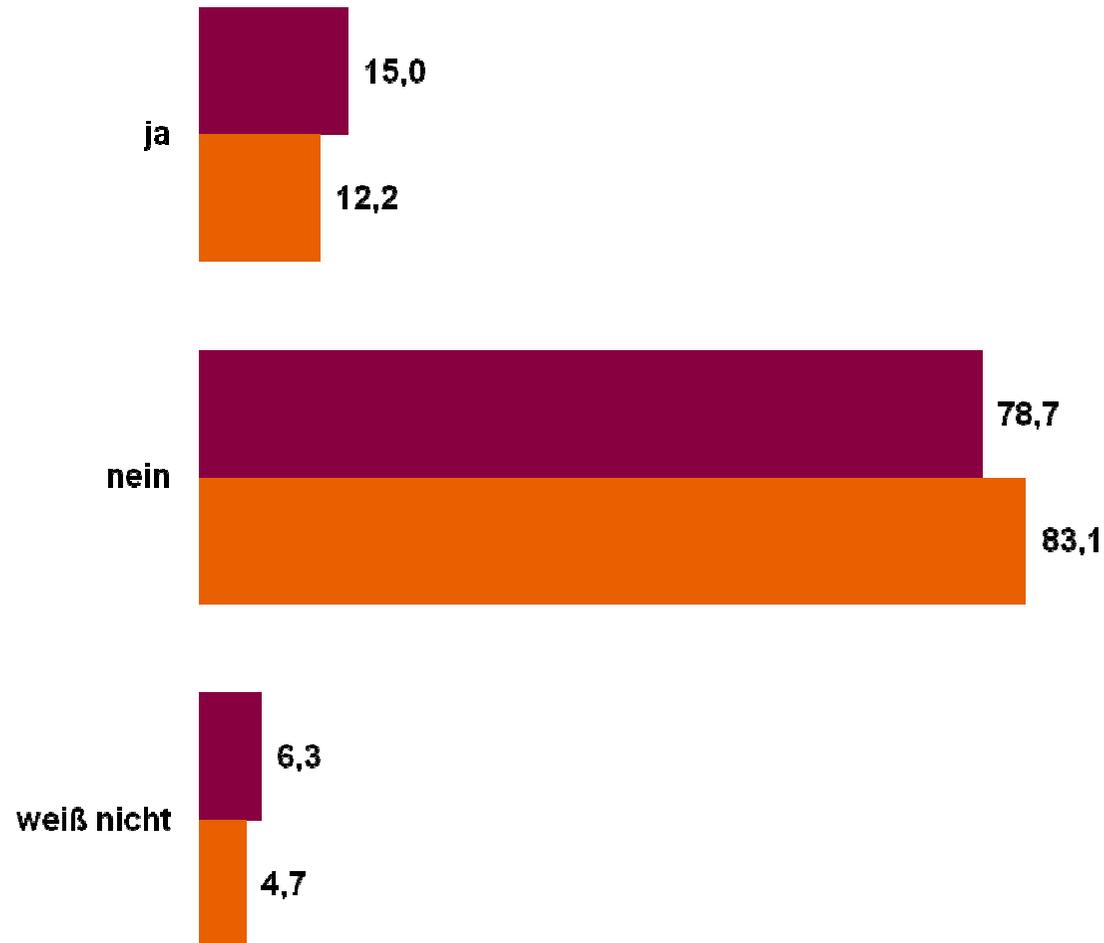
Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:



n = 1.040 Studie 2008
n = 1.040 Studie 2007

Entscheidung für ein Ökostromprodukt

Haben Sie sich für ein Ökostromprodukt entschieden?

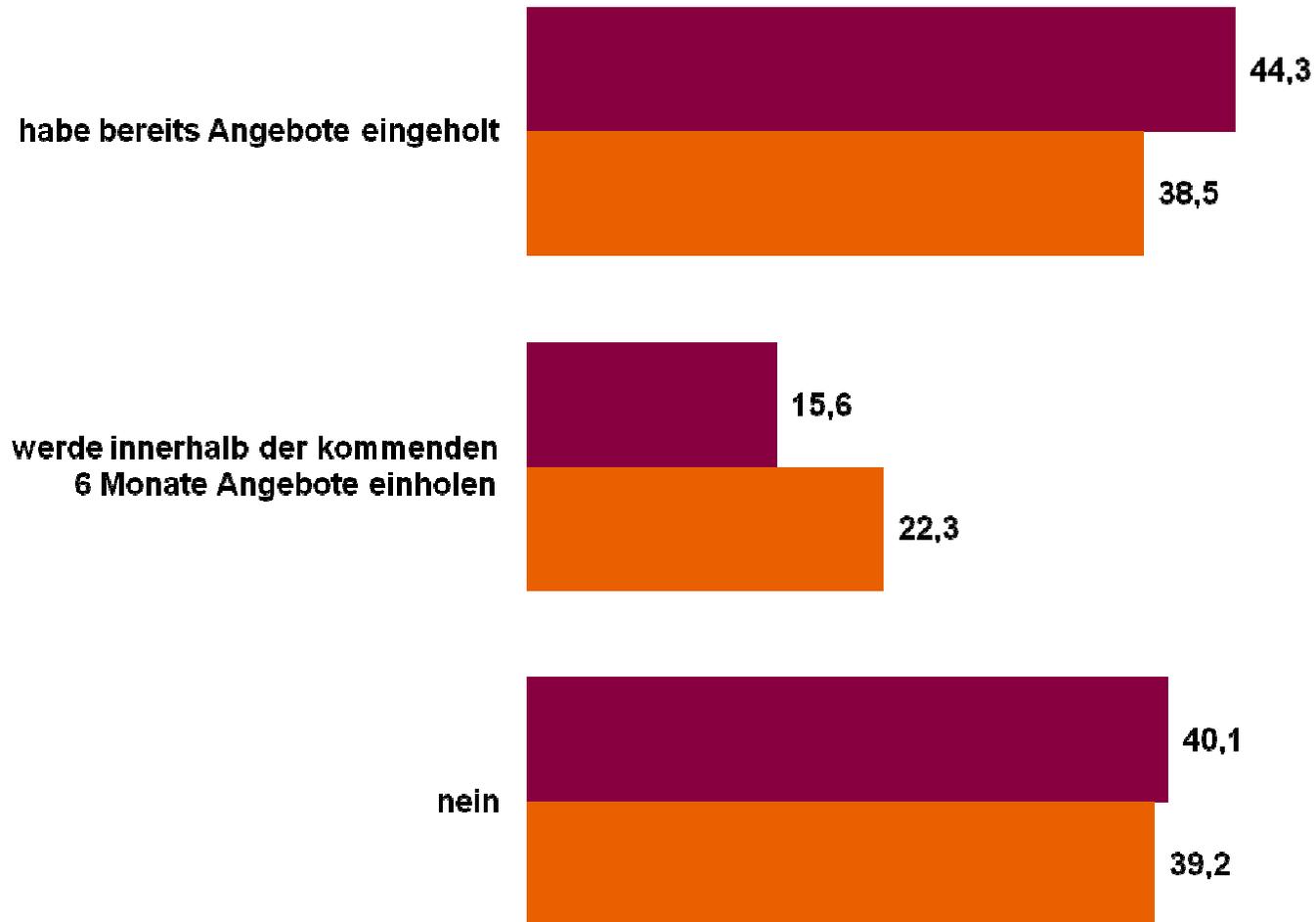


! Nur Befragte die einen neuen Tarif/
Vertrag abgeschlossen haben oder den
Energieversorger gewechselt haben

n = 487 Studie 2008
n = 502 Studie 2007

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?



n = 1.040 Studie 2008
n = 1.040 Studie 2007

Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger

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

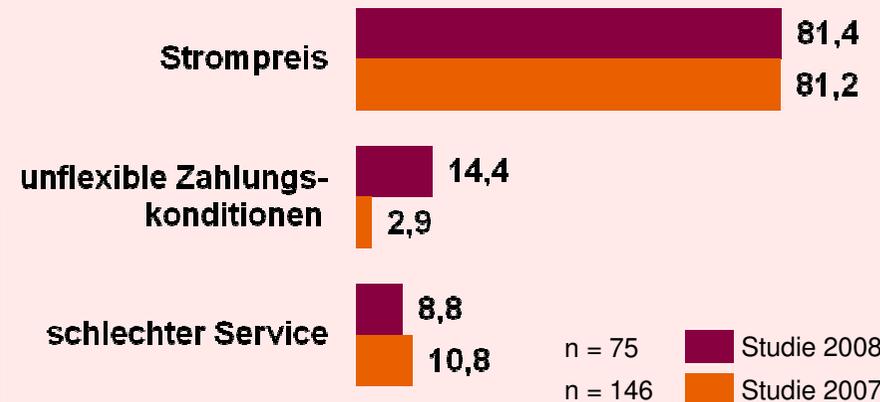
Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger bleiben?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -



Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger wechseln?

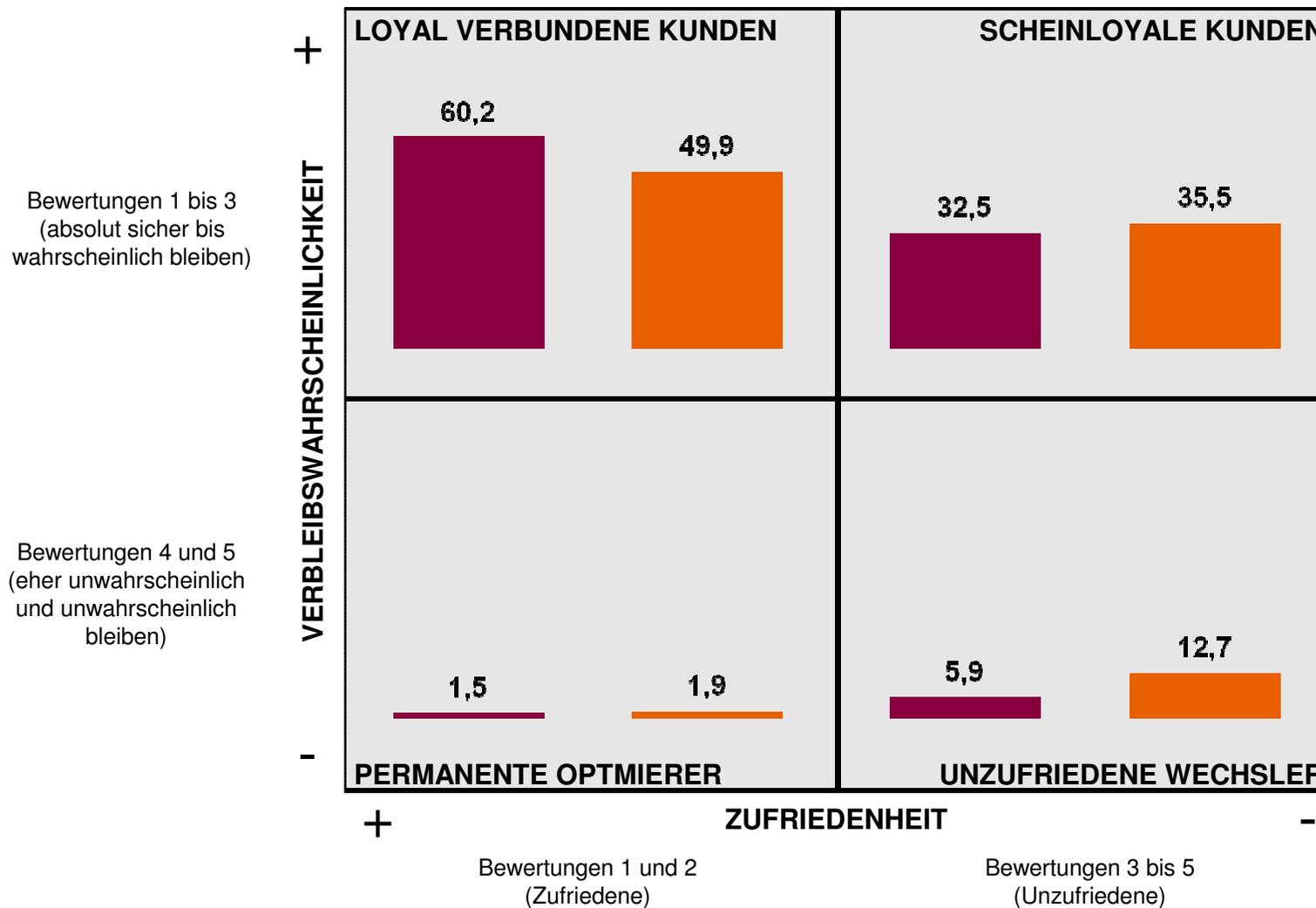
- Auswahl der häufigsten Nennungen -



Ø = 2,3 n = 1.040 Studie 2008
Ø = 2,6 n = 1.040 Studie 2007

Zufriedenheits-Bindungs-Tableau

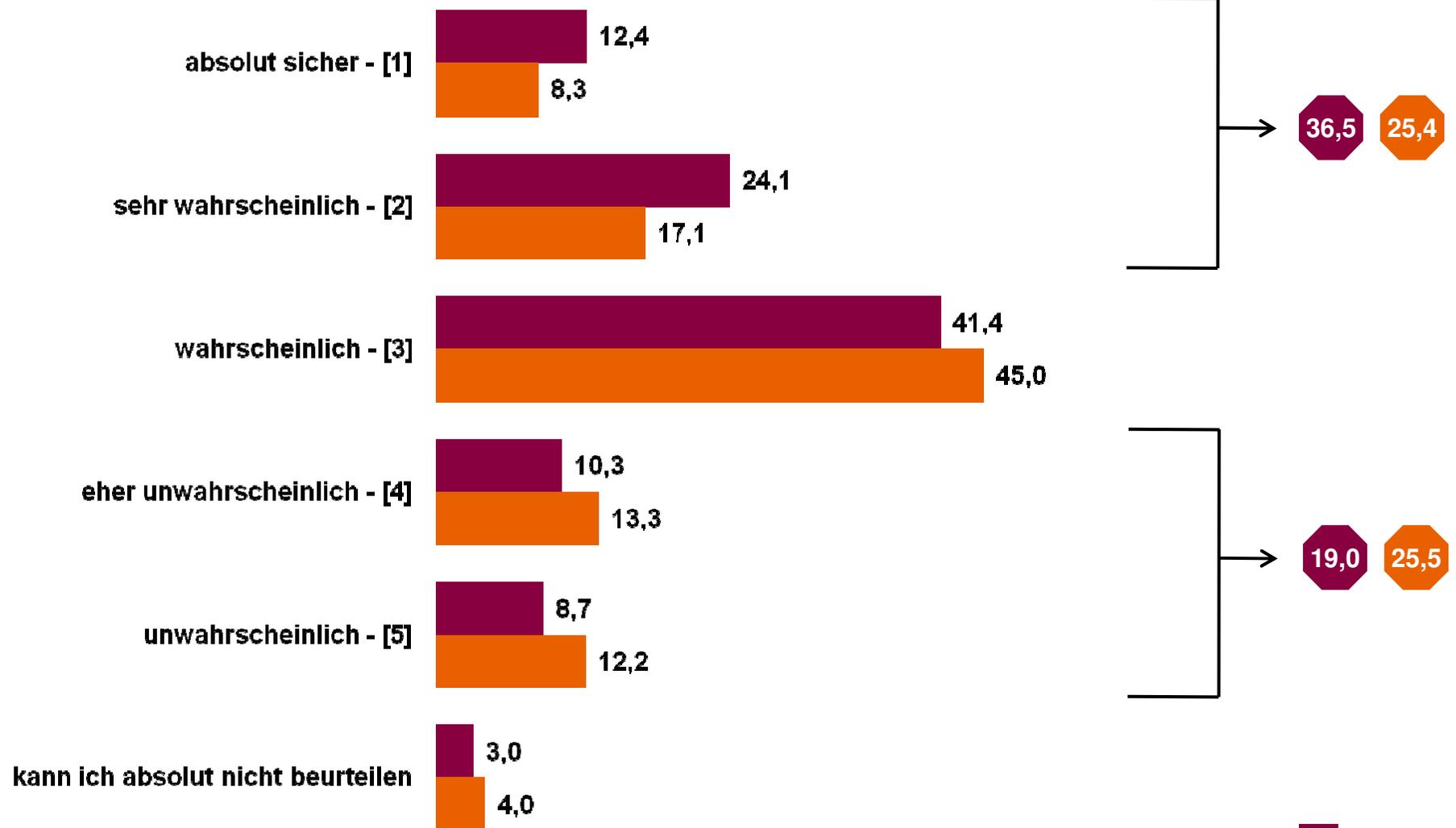
Anhand der Gesamtzufriedenheit und der Wahrscheinlichkeit des Verbleibs können vier unterschiedlich stark gebundene Kundengruppen der Energieversorger abgeleitet werden.



n = 1.018 Studie 2008
 n = 999 Studie 2007

Weiterempfehlungsquote

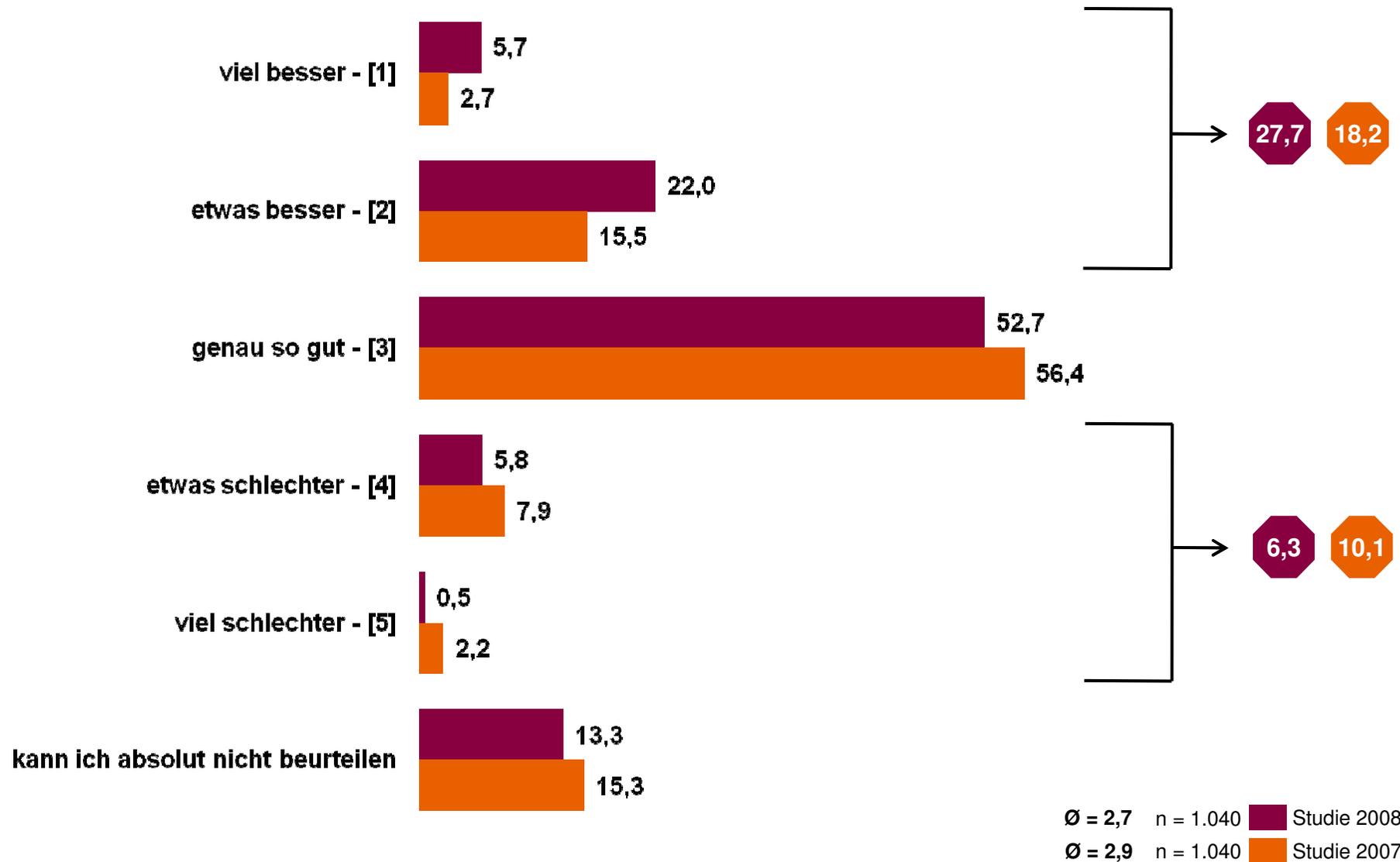
Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden?
Wäre es ...?



$\bar{x} = 2,8$ n = 1.040 ■ Studie 2008
 $\bar{x} = 3,0$ n = 1.040 ■ Studie 2007

Stromversorger im Vergleich

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



Aspekte des Wettbewerbs in der Stromwirtschaft – Differenziert nach Branchen

Durchschnittliche Bewertung

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

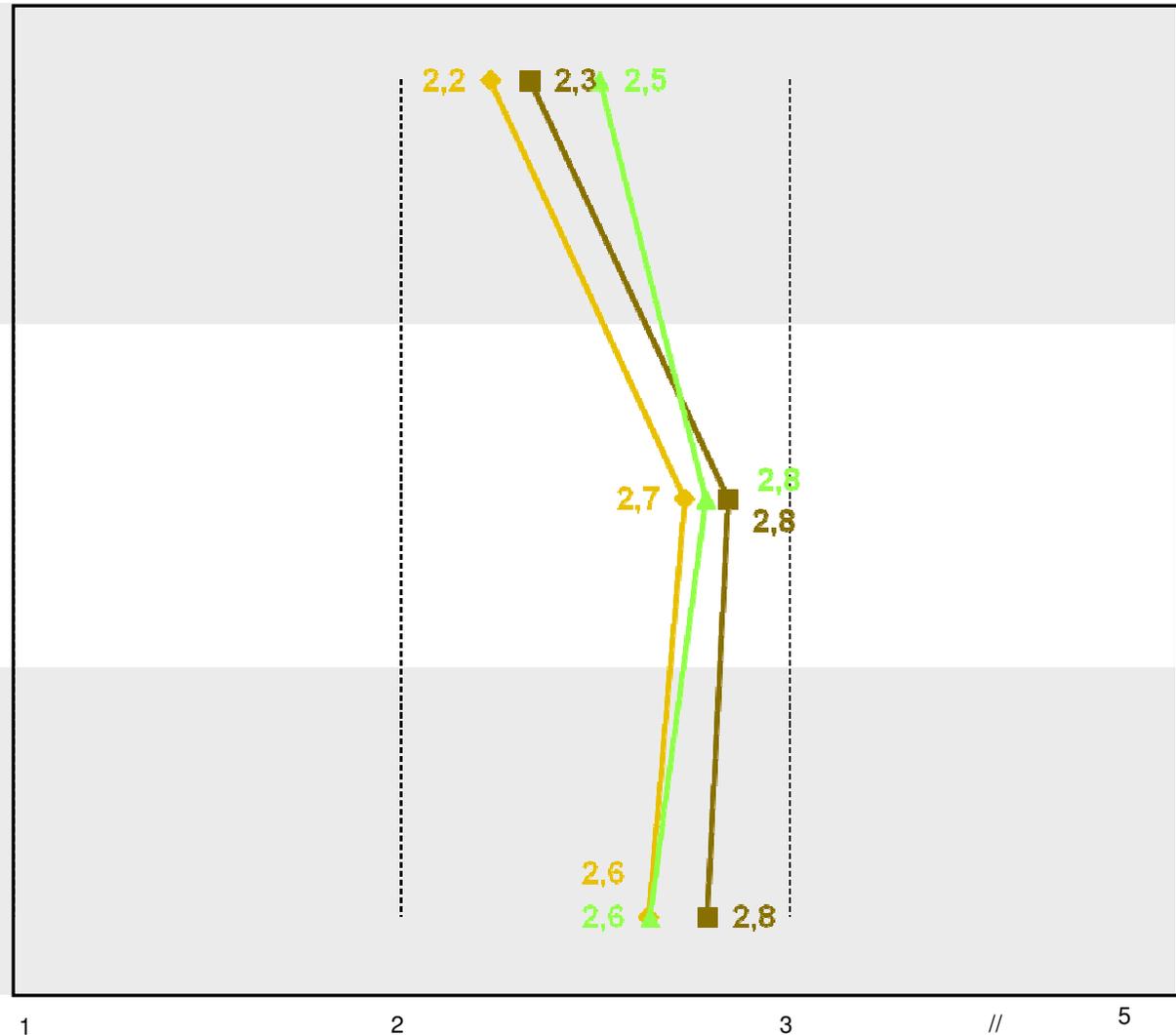
Skala von 1 = „absolut sicher bleiben“ bis 5 = „unwahrscheinlich bleiben“

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

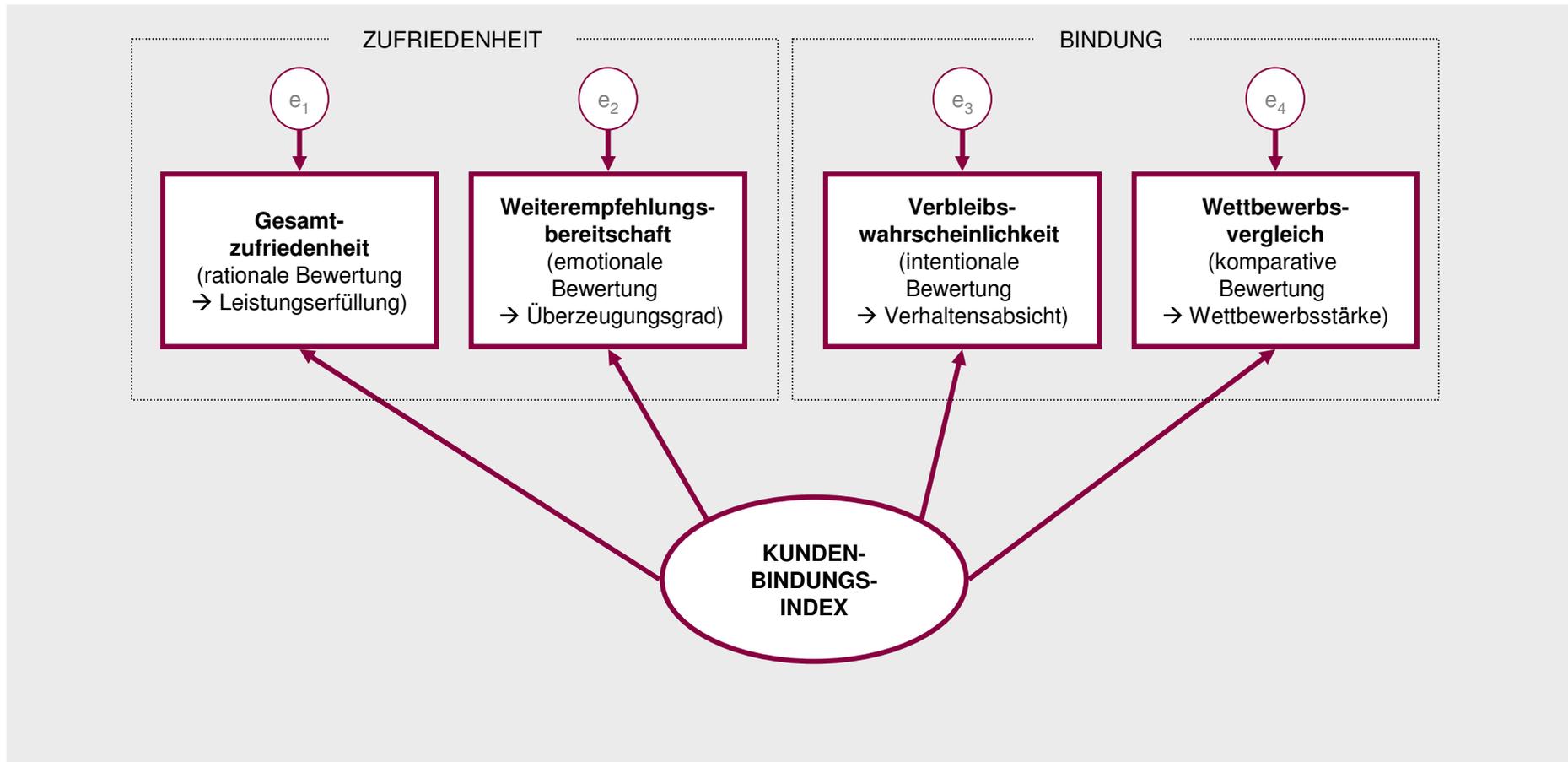
Skala von 1 = „absolut sicher“ bis 5 = „unwahrscheinlich“

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

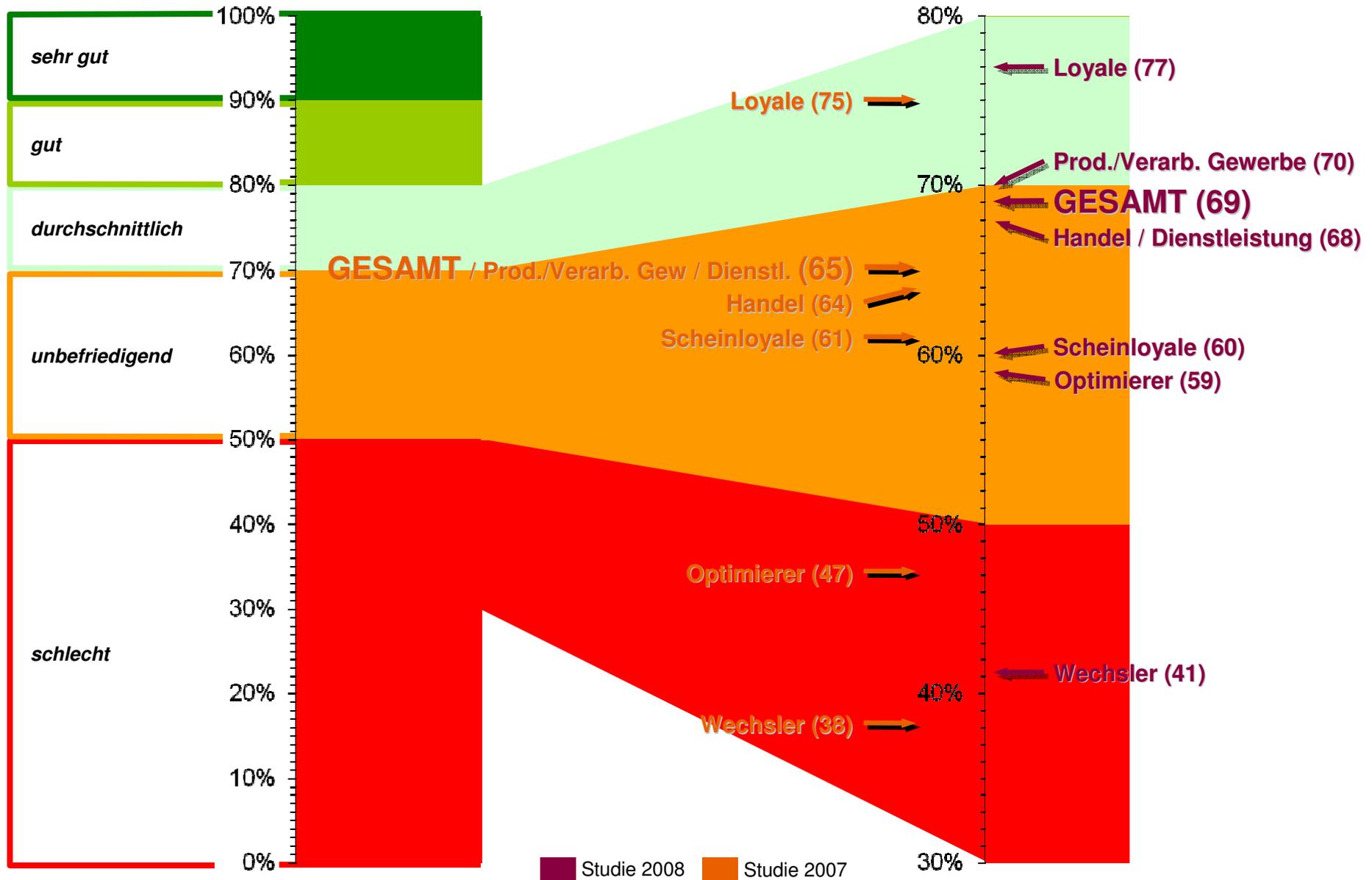
Skala von 1 = „viel besser“ bis 5 = „viel schlechter“



- n = 397 ■ Prod./Verarb. Gew.
- n = 372 ■ Handel
- n = 270 ■ Dienstleistung



Kundenbindungsindex



Untersuchungssteckbrief

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

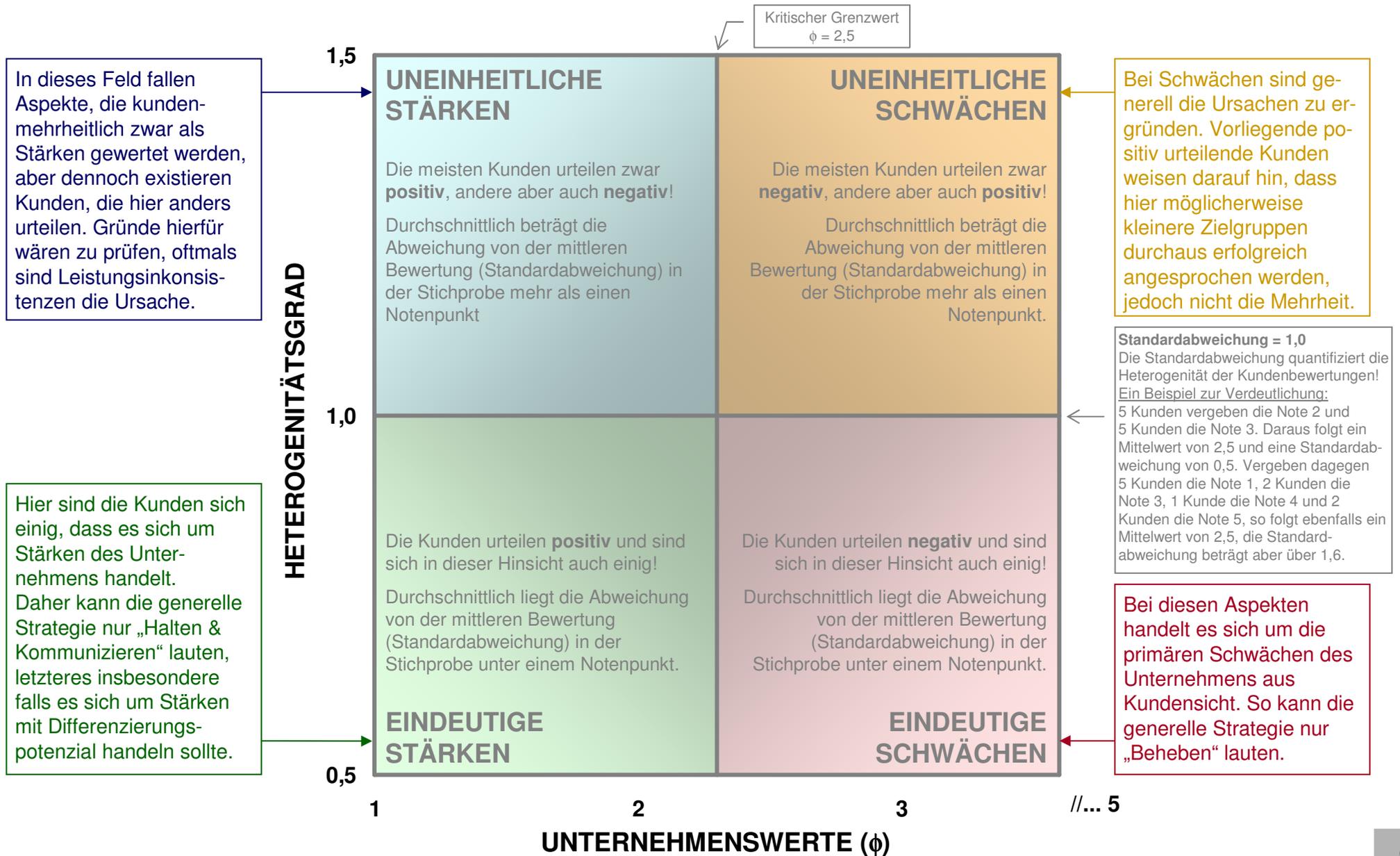
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

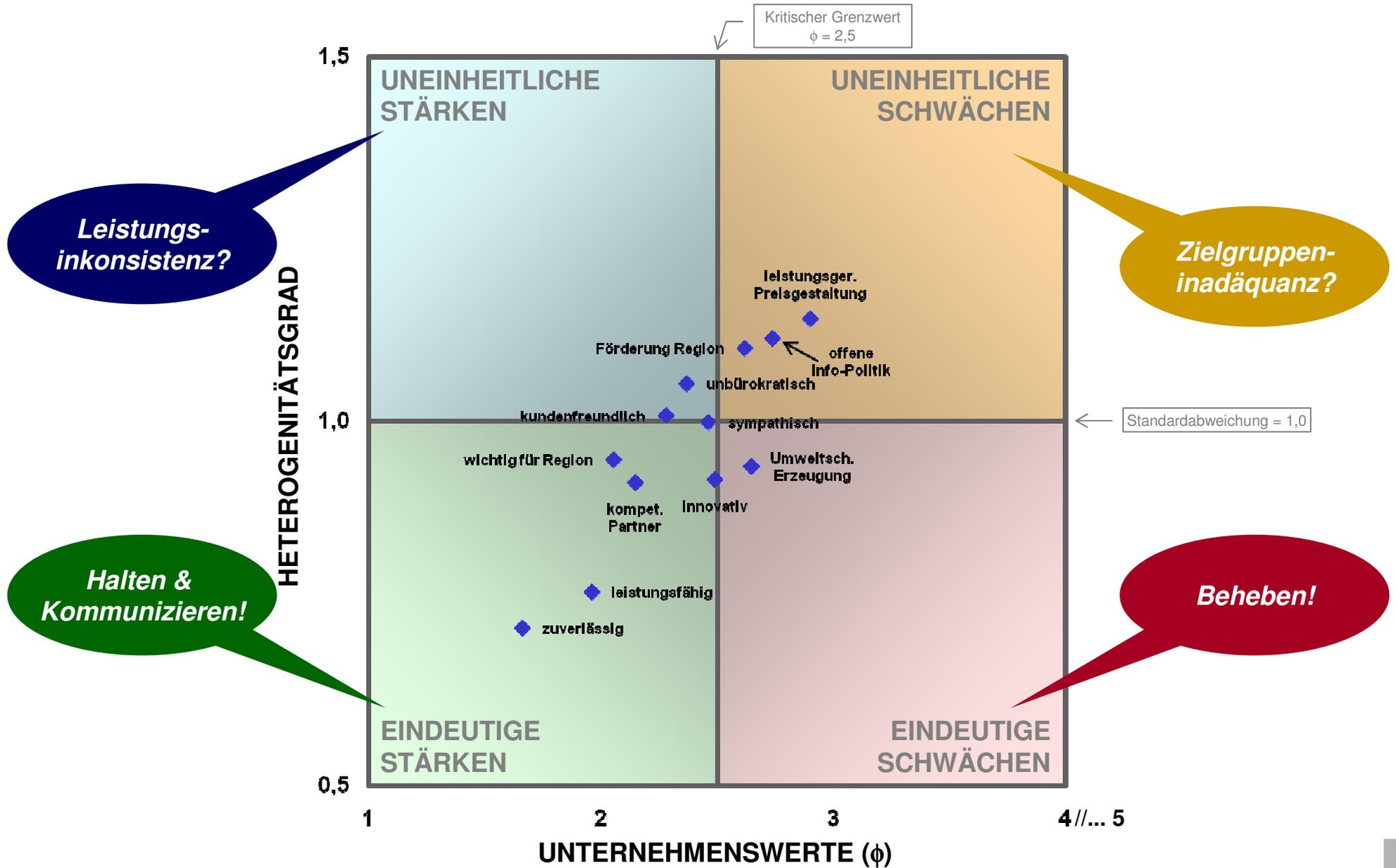
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

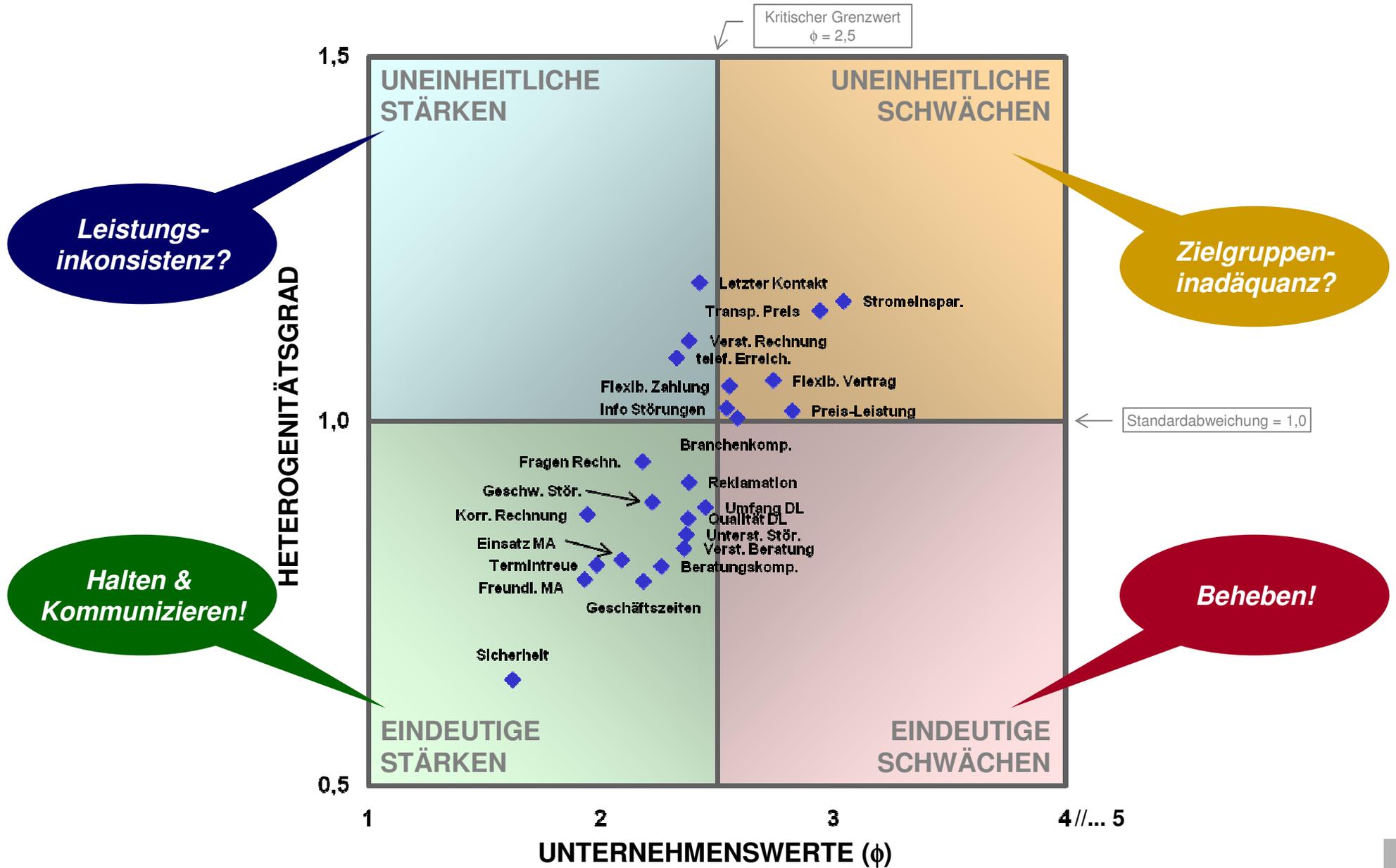
Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang: Fragebogen

Unternehmens-Check „Energieversorger“ — Erläuterung







Untersuchungssteckbrief

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

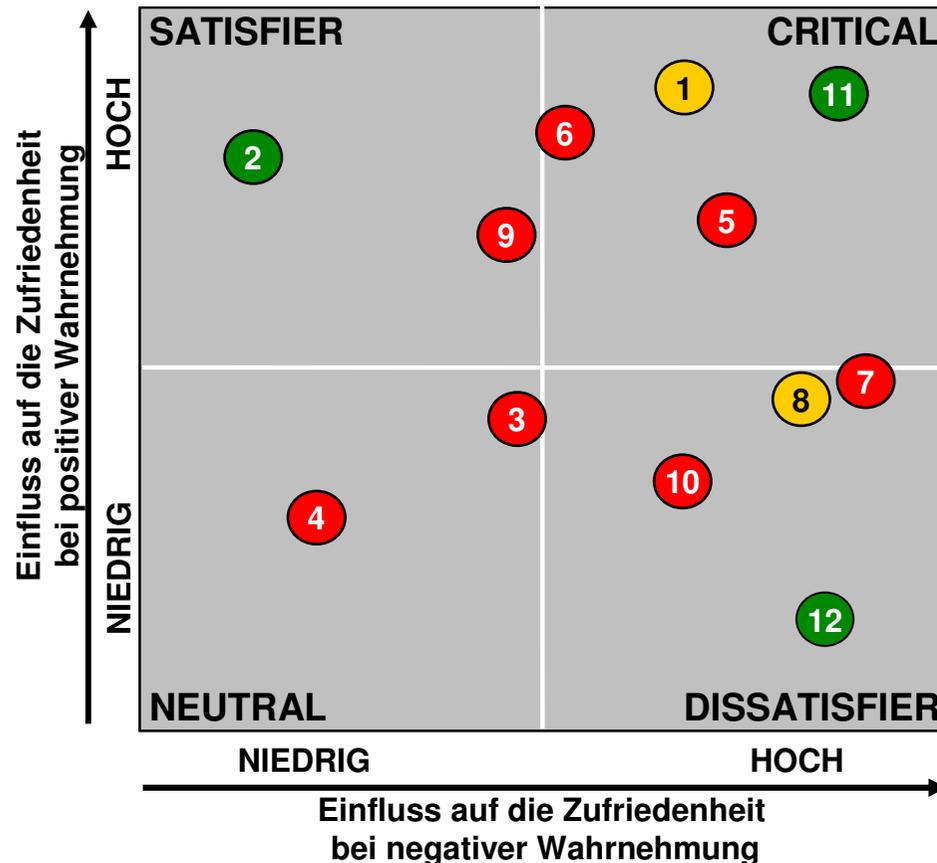
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang: Fragebogen

Aufgabe & Hintergrund der Treiberanalyse



AUFGABE:

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

HINTERGRUND:

Zu unterscheiden sind:

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

→ **Criticals**

zweitens disproportionale Einflusststrukturen und hierbei zwei Varianten:

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

→ **Dissatisfier**

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

→ **Satisfier**

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

→ **Neutrals**

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

→ **Criticals**

→ **Deloyalizern**

→ und **Loyalizern**

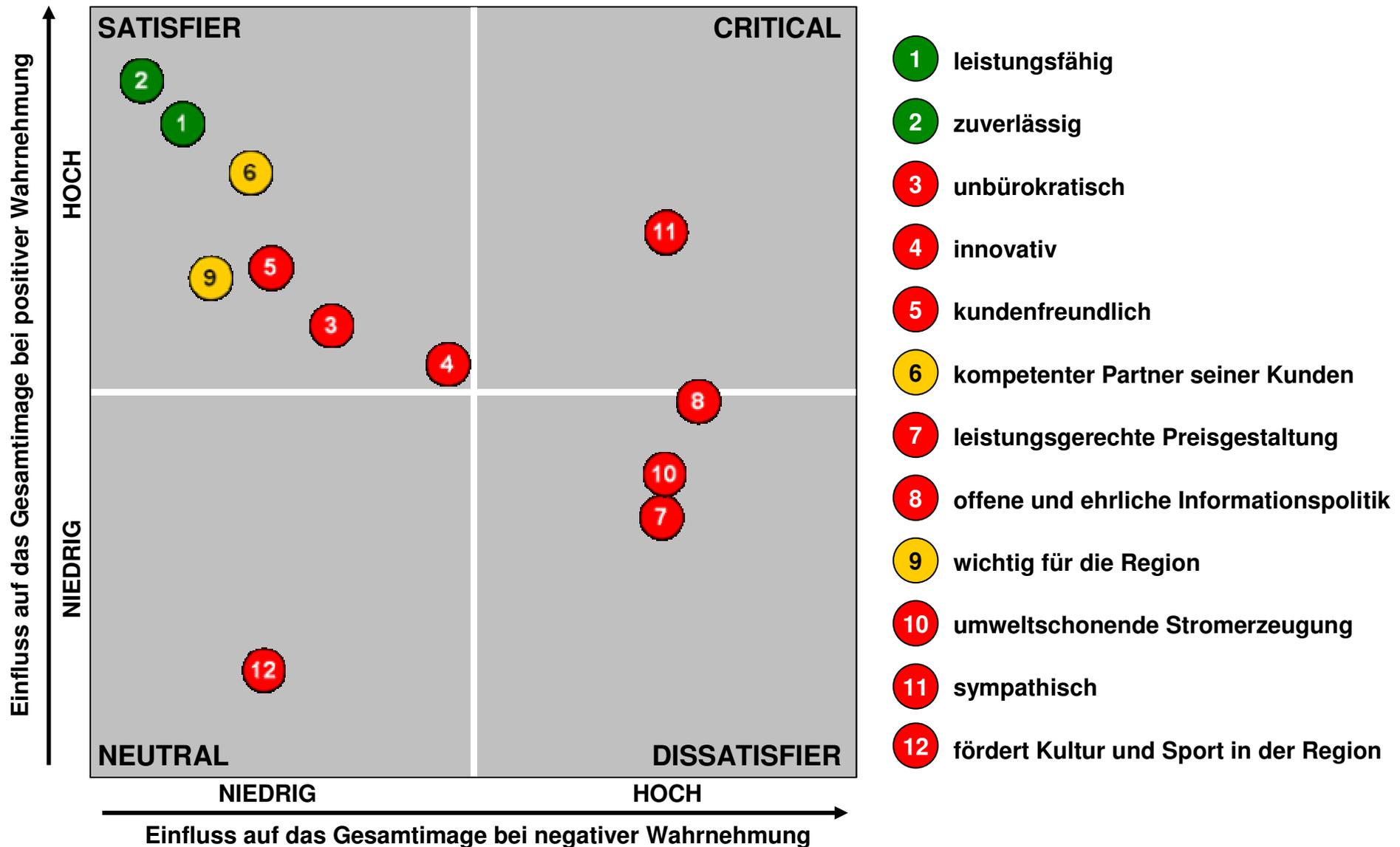
differenziert.

Erfüllung der Kundenzufriedenheits-/Imageaspekte

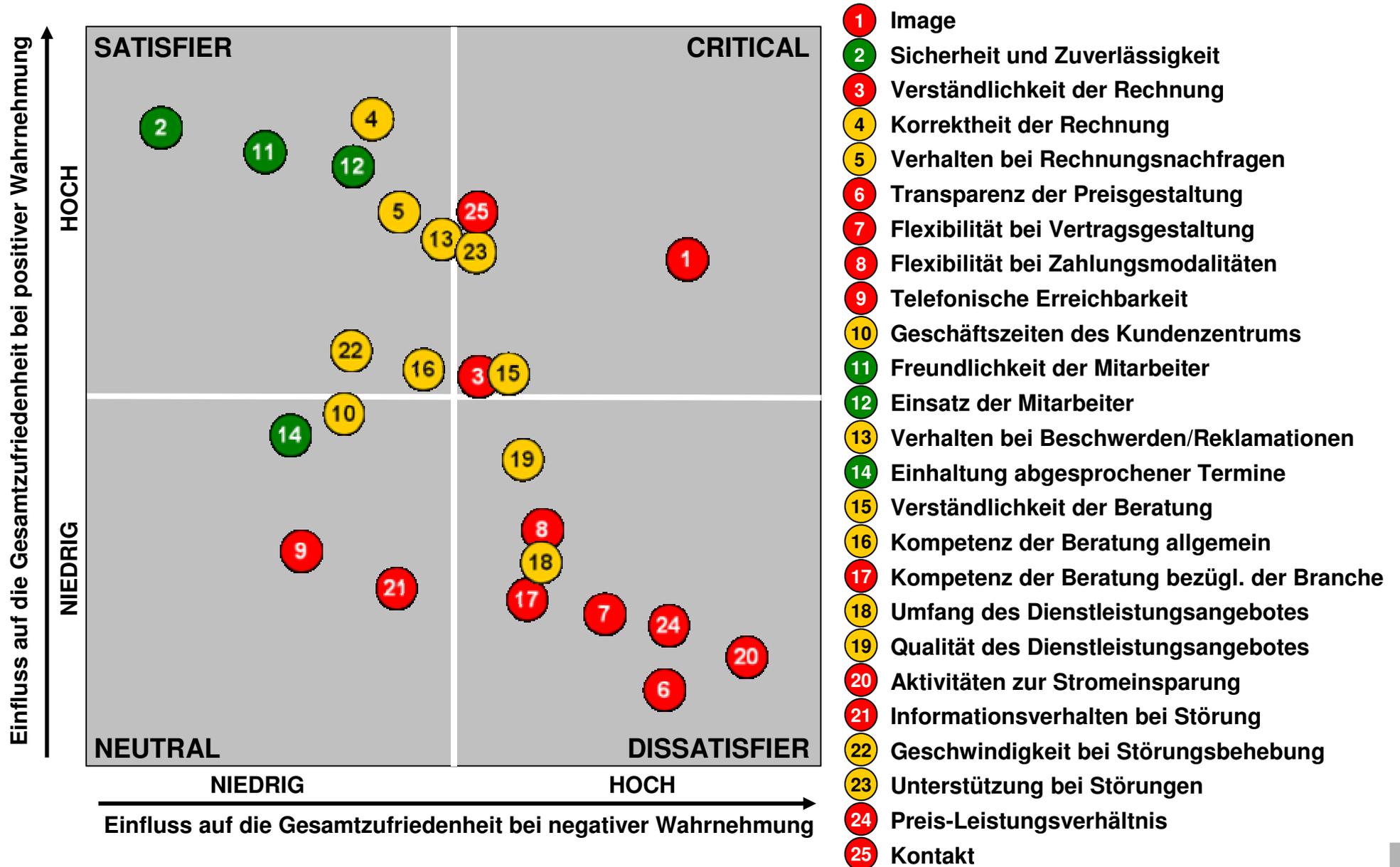
(Prozent auf Basis ohne Anteil „kann ich nicht beurteilen“):

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

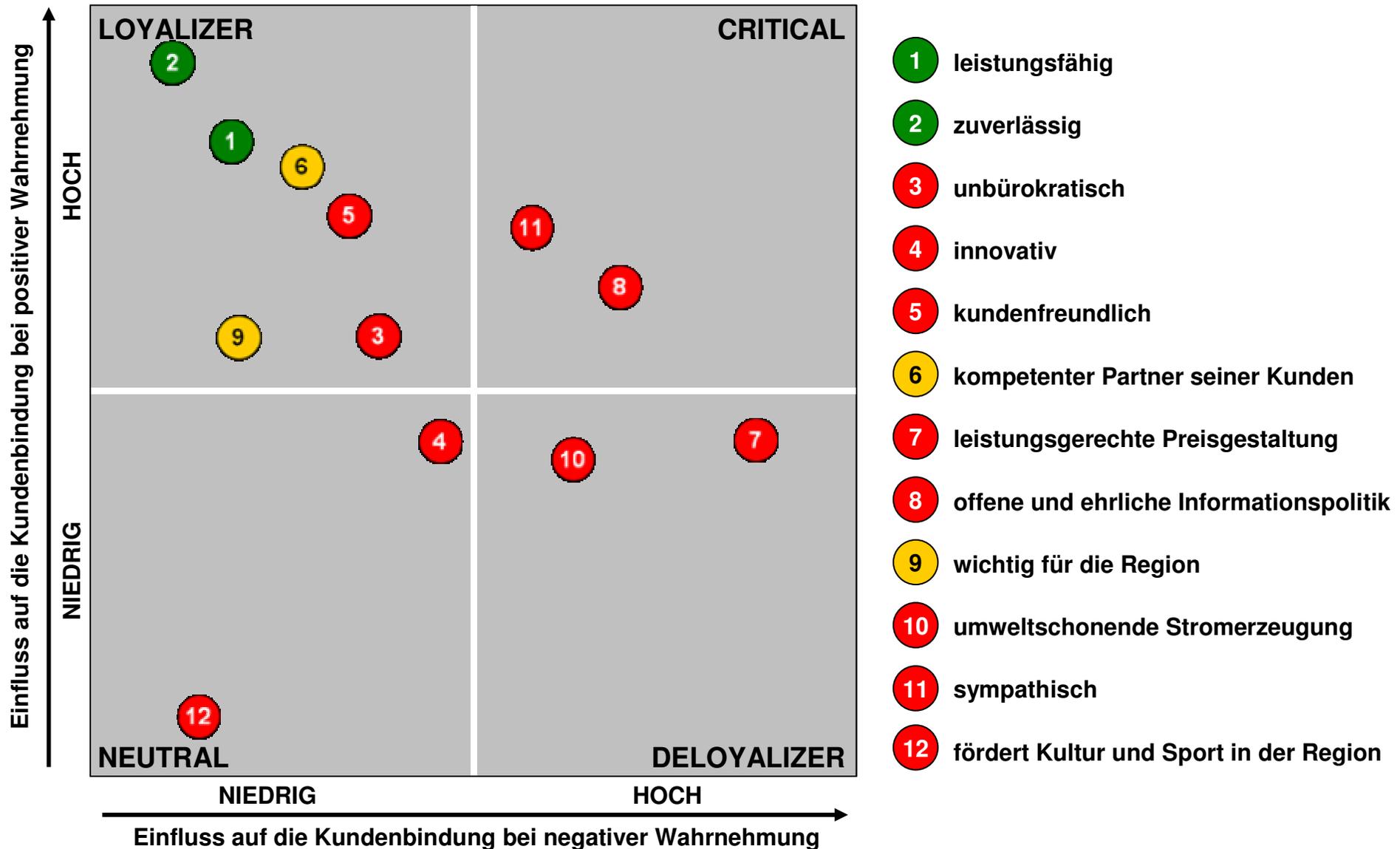
Treiberanalyse – Detailimage in Bezug auf das Gesamtimage



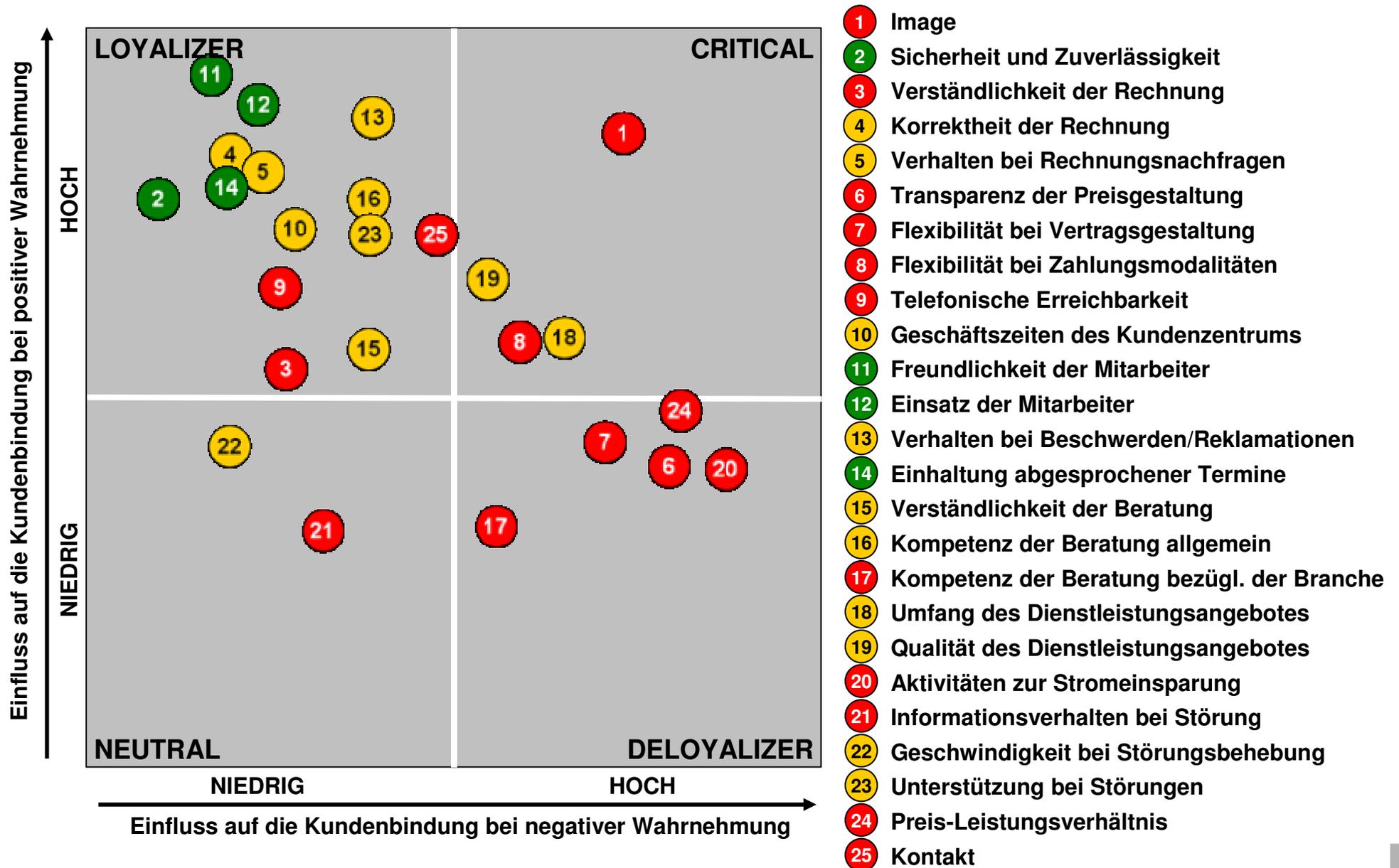
Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit



Bindungsanalyse – Detailimage in Bezug auf die Kundenbindung



Bindungsanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Kundenbindung



Untersuchungssteckbrief

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang: Fragebogen

STANDARDFRAGEBOGEN „STROM“ – JAHRGANG 2008/2009

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

Guten Tag, mein Name ist ... vom Marktforschungsinstitut promit in Dortmund. Wir führen derzeit eine bundesweite Befragung rund um das Thema Energieversorgung durch. Könnte ich bitte mit einer in Ihrem Unternehmen für die Energieversorgung zuständigen Person sprechen?

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

Guten Tag, mein Name ist ... vom Marktforschungsinstitut promit in Dortmund. Wir führen derzeit eine bundesweite Befragung rund um das Thema Energieversorgung durch. Die Befragung dauert ca. 25 Minuten. Selbstverständlich werden Ihre Angaben, gemäß dem Datenschutzgesetz, anonym behandelt.

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

SCREENING

Screener 1 Sind Sie oder Angehörige von Ihnen in der Marktforschungsbranche oder Energiewirtschaft beschäftigt?

- 1 ja Ende Interview
 2 nein

Screener 2 Entscheiden Sie selbständig über die Wahl des Energieversorgers für Ihren Betriebsstandort?

- 1 ja
 2 nein Ende Interview
 3 weiß nicht Ende Interview

Screener 3 Sind Sie in Ihrem Unternehmen allein- oder mitverantwortlich für das Thema Energieversorgung?

- 1 alleinverantwortlich
 2 mitverantwortlich
 3 keine Angabe

Screener 4 Wie viele Mitarbeiter arbeiten in Ihrem Betrieb (gemeint ist an Ihrer Arbeitsstätte)?

- 1 unter 5 Mitarbeiter
 2 5 bis 10 Mitarbeiter
 3 11 bis 20 Mitarbeiter bis 20 Mitarbeiter quotiert – 80% der Interviews
 4 21 bis 50 Mitarbeiter 21 bis 50 Mitarbeiter quotiert – 20% der Interviews
 5 > 50 Mitarbeiter Ende Interview

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

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

Quotenvorgaben sind zu beachten!!

SWI 1 Würden Sie mir bitte Ihre Postleitzahl nennen?

BEKANNTHEIT VON EVU

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

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

1. _____ 2. _____
 3. _____ 4. _____
 etc. _____

IDENTIFIZIERUNG DES EVU

SWI 2 Welches Energieversorgungsunternehmen versorgt Ihren Betrieb zur Zeit mit Strom? Energieversorger:

WECHSELVERHALTEN STROM

SWI 3 Hat Ihr Betrieb unabhängig von Betriebsgründung oder Umzügen seit der Öffnung des Strommarktes 1998 einen neuen Stromtarif bzw. Stromvertrag bei seinem Energieversorger abgeschlossen, oder haben Sie zu einer neuen Marke Ihres Energieversorgers gewechselt, oder sind Sie zu einem anderen Energieversorger gewechselt?

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

FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER

SWI 4 Von welchem Energieversorger haben Sie vorher Ihren Strom bekommen?

Frühere/r Stromversorger: _____

Anhang: Fragebogen



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden
vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



SWI 5 Wie sind Sie auf den neuen Stromversorger aufmerksam geworden?

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

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

SWI 6 War dies Ihr erster Wechsel, oder haben Sie bereits mehrmals Ihren Stromversorger gewechselt, wenn ja wie oft?

- 1 das war mein erster Wechsel
- 2 ich habe bereits mehrmals gewechselt und zwar _____mal

SWI 7 (Für Mehrfachwechsler: Denken Sie bitte nun an Ihren letzten Wechsel.) Hat der Wechsel innerhalb der letzten 3 Monate stattgefunden?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

SWI 8 Was waren die Hauptgründe, warum Sie Ihren Stromversorger gewechselt haben?

FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER/VERTRAGSWECHSLER

SWI 9 Haben Sie sich für ein Ökostromprodukt entschieden?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

A'PRIORI-ZUFRIEDENHEIT

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

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

() Bewertung

Seite 3 von 11



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden
vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



WAHRNEHMUNGSQUELLEN DES AKTUELLEN EVU

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

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

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

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

- 1 ja
- 2 nein..... → Frage 5

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

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

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

Seite 4 von 11

Anhang: Fragebogen



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbetakunden
vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



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

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

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

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

IMAGE DES AKTUELLEN EVU'S

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

Interviewer: Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!
() ist ein leistungsfähiges Unternehmen
() ist ein zuverlässiger Versorger
() arbeitet unbürokratisch
() ist innovativ
() ist kundenfreundlich
() ist ein kompetenter Partner seiner Kunden
() bietet eine leistungsgerechte Preisgestaltung
() betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik
() ist wichtig für die Region
() sorgt für eine umweltschonende Stromerzeugung
() ist sympathisch
() fördert Bildung, Soziales, Kultur und Sport in der Region
() hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

KONTAKTE ZUM EVU

Frage 7 Haben Sie einen festen Ansprechpartner bei Ihrem Energieversorgungsunternehmen [Einblendung Stromversorger]?
O 1 ja
O 2 nein



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbetakunden
vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



Frage 8 Haben Sie sich schon einmal mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Energieversorger [Einblendung Stromversorger] gewandt?

Interviewer: Mehrfachnennung
O 1 ja, mit Anfrage → Frage 8.1 oder Frage 8.2
O 2 ja, mit Beschwerde → Frage 8.1 oder Frage 8.2
O 3 ja anderer Kontaktgrund → Frage 8.1 oder Frage 8.2
O 4 nein, noch nie → Frage 9
bei Mehrfachnennung → Frage 8.1, sonst Frage 8.2

Frage 8.1 Handelte es sich bei Ihrem letzten Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?
O 1 Beschwerde
O 2 Anfrage
O 3 anderer Kontaktgrund

Frage 8.2 (Bei Mehrfachnennung Frage 8: Denken Sie bei den folgenden Fragen an diesen letzten Kontakt.) Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung Stromversorger] telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?
O 1 telefonisch
O 2 schriftlich
O 3 persönlich
O 4 über Internet

Frage 8.3 Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger [Einblendung Stromversorger] zurück?

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

Frage 8.4 Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

Interviewer: Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!
O 1 Inanspruchnahme einer allgemeinen Energiesparberatung
O 2 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung
O 3 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien
O 4 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen
O 5 Beantragung einer Förderung
O 6 neuen Vertrag/Tarif abschließen
O 7 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung
O 8 Fragen zur Rechnung
O 9 Fragen zu Tarifen
O 10 Rechnungsreklamation
O 11 Reklamation einer speziellen Leistung
O 12 Störung allgemein
O 13 Vertragsverhandlung
O 14 Strom-/Gaszählerangelegenheiten
O 15 Reparatur/Installation
O 16 Abschlagsänderung
O 17 Zählerstandsmeldung/Mitteilung
O 18 Produktinformation

Anhang: Fragebogen



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbetakunden vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



Fortsetzung Frage 8.4

- 19 Allg. Unternehmensinformation
- 20 Beschwerde über den Service von ...
- 21 Preisbeschwerde
- 22 sonstiges, und zwar
- 23 weiß nicht mehr

Frage 8.5 Haben Sie diesen letzten Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

Interviewer: Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!
() Bewertung.....Bewertung 0, 1, 2 → Frage 9 | Bewertung 3,4,5 → Frage 8.6

Frage 8.6 Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

- Interviewer: Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!
- 1 unfreundlicher Ansprechpartner
 - 2 mangelnde Kompetenz des Ansprechpartners
 - 3 mangelnde Branchenkenntnisse
 - 4 mangelnde Entscheidungskompetenz des Ansprechpartners
 - 5 unverständliche Beratung
 - 6 Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
 - 7 mangelnde Kulanz
 - 8 Ansprechpartner nicht zuständig/Ansprechpartner nicht erreichbar
 - 9 schlechte Qualität der ausgehändigten Informationsmaterialien
 - 10 schriftliche Informationsmaterialien konnten nicht ausgehändigt werden
 - 11 es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
 - 12 sonstiges, und zwar

GENERELLE ASPEKTE ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

Frage 9 Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers [Einblendung Stromversorger]? Bitte vergeben Sie für die einzelnen Aspekte Bewertungen zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“. Versuchen Sie bitte möglichst jeden Aspekt zu bewerten!

Interviewer: Wie zufrieden sind Sie mit ...?
Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!

- Bewertung
- Stromversorgung
- () der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung
- Rechnung
- () der Verständlichkeit der Rechnung
- () der Korrektheit der Rechnung
- () dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung
- () der Transparenz der Preisgestaltung
- () der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung
- () der Flexibilität bei den Zahlungsmodalitäten (Konjunkturschwankungen, Jahreszeiten, ...)

Seite 7 von 11



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbetakunden vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



Kundenbetreuung

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

Beratung

- () der Verständlichkeit von Beratungsleistungen Ihres Energieversorgers
 - () der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers allgemein
 - () der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers bzgl. der Besonderheiten Ihrer Branche
 - () dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes
 - () der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes
 - () den Aktivitäten Ihres Energieversorgers zur Energieeinsparung bei den Kunden beizutragen
- Störungen der Stromversorgung
- () dem Informationsverhalten des Versorgers bei Störungen im Leitungsnetz
 - () der Geschwindigkeit der Störungsbehebung
 - () der Unterstützung des Energieversorgers bei Störungen in der Kundenanlage

Für die Bereiche Kundenbetreuung und Beratung wird bei der Auswertung zwischen „gefühlter“ und „tatsächlich erlebter“ Kundenzufriedenheit unterschieden. Zur Unterscheidung dient Frage 1:

Bewertung der telefonische Erreichbarkeit
→ wenn Frage 8.2 = „telefonisch“

Bewertung der Geschäftszeiten, Freundlichkeit, dem Einsatz/Engagement der Mitarbeiter
→ wenn Frage 8.2 = „telefonisch“ o. „persönlich“

Bewertung des Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen
→ wenn Frage 1 oder Frage 8.1 = „Beschwerde“

Bewertung der Einhaltung abgesprochener Termine
→ alle Befragte

Bewertung der Beratung
→ wenn lt. Frage 8.4 ein Beratungskontakt vorliegt

NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM

Frage 10 Ist das Preis-Leistungsverhältnis Ihres Stromversorgers [Einblendung Stromversorger] im Vergleich zu den Preisen anderer Energieversorger aus Ihrer Sicht ...?

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

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

Seite 8 von 11

Anhang: Fragebogen



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden
vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



A'POSTERIORI-ZUFRIEDENHEIT

Frage 11 Wir haben Sie jetzt sehr ausführlich zu verschiedenen Aspekten der Zufriedenheit mit Ihrem Energieversorger befragt. Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung Stromversorger]? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

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

WETTBEWERB IN DER STROMWIRTSCHAFT

Frage 12 Haben Sie in Ihrem Unternehmen seit der Öffnung des Strommarktes bereits die Angebote verschiedener Energieversorger eingeholt oder beabsichtigen Sie dies in den nächsten 6 Monaten zu tun?

1 habe bereits Angebote eingeholt
 2 werde innerhalb der kommenden 6 Monate Angebote einholen
 3 nein

Frage 13 Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Stromversorger [Einblendung Stromversorger] bleiben? Werden Sie ...?

Interviewer: Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen! Bei „0“ → Frage 14

1 absolut sicher bleiben → Frage 13.1
 2 sehr wahrscheinlich bleiben → Frage 13.1
 3 wahrscheinlich bleiben → Frage 13.1
 4 eher unwahrscheinlich bleiben → Frage 13.2
 5 unwahrscheinlich bleiben → Frage 13.2

Frage 13.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger [Einblendung Stromversorger] bleiben?

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

1 günstiger Strompreis
 2 kenne derzeit keine bessere Alternative
 3 bin soweit zufrieden
 4 die Preise werden sich ohnehin angleichen
 5 noch keine Zeit für Information/Wechsel
 6 räumliche Nähe/heimisches Unternehmen
 7 Sicherheit der Stromversorgung
 8 aus Bequemlichkeit
 9 Wechsel lohnt sich nicht
 10 guter Service des bisherigen Anbieters
 11 sonstige Gründe, und zwar
 12 weiß nicht mehr

Seite 9 von 11



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden
vom 01.10.2008, Jahrgang 2008/2009 – Bundesstudie/Strom



Frage 13.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger [Einblendung Stromversorger] wechseln?

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

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

Frage 14 Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger [Einblendung Stromversorger] empfehlen würden? Wäre es ...?

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

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

Frage 15 Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger [Einblendung Stromversorger] mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, hatten Sie ihn für ...?

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

Frage 16 Wie gut fühlen Sie sich über den Wettbewerb in der Stromwirtschaft informiert? Vergleichen Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „sehr gut informiert“ und 5 = „gar nicht informiert“.

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

Frage 17 Und wissen Sie, wie hoch Ihre jährliche Stromrechnung bzw. Ihre monatliche Stromabschlagszahlung ungefähr ausfällt?

1 ja, und zwar EURO/Jahr EURO/Monat
 2 nein

Frage 18 Wann hat Ihr Energieversorger das letzte Mal die Strompreise erhöht?

1 plant innerhalb der nächsten 3 Monate die Preise zu erhöhen
 2 gerade aktuell
 3 innerhalb des letzten Jahres
 4 länger als 1 Jahr her
 5 weiß nicht

Seite 10 von 11

FIRMOGRAPHIE

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

Frage 19 Welche Position bzw. Stellung nehmen Sie in Ihrem Unternehmen ein?

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

Frage 20 Wie hoch ist der Jahresumsatz Ihres Betriebes (gemeint ist der Nettoumsatz, der an Ihrer Arbeitsstätte erwirtschaftet wird)?

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