



BDEW Kundenfokus Gewerbe
Repräsentative Bundesstudie 2016

Ergebnisbericht

November 2016

Wir machen Märkte *transparent*.



Untersuchungssteckbrief	3
Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	4
Energieversorger in der Öffentlichkeit	10
Image und Kundenzufriedenheit	16
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft	51
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft	65
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für Unternehmen im Wettbewerb	78
Ergebnisse der Modellanalyse	82
Anhang – Fragebogen	88

Projekt

BDEW Kundenfokus Gewerbe – Repräsentative Bundesstudie 2016
Jährlich seit 1999 durchgeführte bundesweite Repräsentativbefragung

Zielgruppe

Gewerbekunden in Deutschland

Befragungsmethodik

- computergestützte telefonische Interview (CATI) anhand eines standardisierten Fragebogens
- Interviewdauer ca. 25 Minuten
- Feldarbeit erfolgte in der 41. bis 45. Kalenderwoche 2016

Inhalte

Zentrale Themen:

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



**Image- und
Zufriedenheitsaspekte zeigen
negative Tendenzen!**

**Wechsler bewerten das Image
besser!**

**Preis und Tarifaspekte werden
von Wechslern besser bewertet!**

**Unveränderte
Gesamtzufriedenheit!**

**Leicht bessere Bewertung des
Kontakts!**

- Die **Imageaspekte** und die **Aspekte der Kundenzufriedenheit** werden im Vergleich zur Studie 2015 insgesamt **leicht schlechter** bewertet. Die Bewertungen liegen dabei aber überwiegend weiterhin auf einem guten Niveau.
- Ein **Wechsel des Energieversorgers** hat insgesamt einen **positiven Einfluss** auf das Image, lediglich regionale Aspekte werden deutlich schlechter bewertet.
- Bei der Kundenzufriedenheit werden **nach einem Wechsel der Preis und Tarifaspekte besser bewertet**, während der Wechsel auf Aspekte der Kundenbetreuung und Dienstleistung keine große Auswirkung hat.
- Sowohl die **A'priori-Gesamtzufriedenheit** mit den Energieversorgern als auch die **A'posteriori-Gesamtzufriedenheit** werden **unverändert bewertet**.
- Der **Kontakt** wird im Top-Bereich leicht **besser bewertet** als im Vorjahr.

Stadtwerke gewinnen an ungestützter Bekanntheit!

Tageszeitungen und Mailing-Aktionen dominieren als Wahrnehmungsquelle!

Der öffentliche Auftritt der Energieversorger wird besser bewertet!

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

- E.ON weist unverändert die höchste ungestützte Bekanntheit auf (52%), gefolgt von Stadtwerken (46%) und RWE (36%).
- Dabei fällt im Jahresvergleich insbesondere auf, dass die Bekanntheit der Stadtwerke um rund 4 Prozentpunkte gestiegen ist während E.ON und RWE jeweils 2 Prozentpunkte verloren haben.
- Tageszeitungen (23%) sowie Mailing-Aktionen (13%) sind die wichtigsten Wahrnehmungsquellen.
- Die Wahrnehmung der Energieversorger über Tageszeitungen (-1 Prozentpunkt) ist leicht gesunken.
- Rund 29% der Befragten können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern (-3%-Punkte).
- Mailing-Aktionen und Tageszeitungen weisen die höchste Werbeerinnerung auf (32% bzw. 20% der Werbeerinnerer).
- Die Ø-Bewertung für die wahrgenommene Werbung ist auf einer fünfstufigen Skala (1 = „hat mir sehr gut gefallen“ bis 5 = „hat mir überhaupt nicht gefallen“) um 0,1 Notenpunkte von 2,3 auf 2,4 gesunken. Die Bewertung des öffentlichen Auftritts der Energieversorger ist um 0,1 Notenpunkte von 2,4 auf 2,3 gestiegen.
- 36% der Befragten informieren sich mindestens ein Mal pro Jahr über Energieversorger und Preise, 22% informieren sich gar nicht.
- Die wichtigste Informationsquelle ist das Internet: Vergleichsportale (50%) und Seiten von Energieversorgern (48%) werden am häufigsten zur Information genutzt, gefolgt von Tageszeitungen/ Zeitschriften/Fachzeitschriften (11%).

Schlechteres Image vor allem bei Innovationsfähigkeit, Förderung der Region und Ökologie!

- Das Image hat sich insgesamt leicht verschlechtert, insbesondere die Förderung der Region (2016: Ø 2,5 vs. 2015: Ø 2,3 auf einer fünfstufigen Skala), die Innovationsfähigkeit (2016: Ø 2,3 vs. 2015: Ø 2,2) sowie die ökologisch verantwortungsvolle Arbeitsweise und das Ansehen insgesamt (2016: Ø 2,4 vs. 2015: Ø 2,3) werden schlechter bewertet.
- Dagegen wird die Angemessenheit der Preise besser bewertet (2016: Ø 2,3 vs. 2015: Ø 2,4).
- Imagestärke ist die Zuverlässigkeit (Ø 1,6).

Gesunkene Kundenzufriedenheit!

- Die Kundenzufriedenheit ist insgesamt gesunken. Besonders nennenswert sind die Aktivitäten zur Stromeinsparung bei den Kunden (2016: Ø 2,6; 2015: Ø 2,4), das Informationsverhalten bei Störungen und Tarifaspekte (Angebot und Transparenz; jeweils 2016: Ø 2,3; 2015: Ø 2,2), die Einhaltung abge-sprochener Termine und die Freundlichkeit der Mitarbeiter (jeweils 2016: Ø 1,9; 2015: Ø 1,8), der Einsatz der Mitarbeiter (2016: Ø 2,0; 2015: Ø 1,9) sowie die telefonische Erreichbarkeit und Geschäftszeiten (jeweils 2016: Ø 2,1; 2015: Ø 2,0) und die Beratungskompetenz im Branchenbereich sowie Umfang und Qualität der Beratung (jeweils 2016: Ø 2,2; 2015: Ø 2,1).
- Die höchste Kundenzufriedenheit besteht wie im Vorjahr hinsichtlich der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung (Ø 1,5) und der Korrektheit der Rechnung (Ø 1,8).

Bessere Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses!

- Das Preis-Leistungs-Verhältnis wird gegenüber 2015 leicht besser bewertet (2016: Ø 2,5; 2015: Ø 2,6).

Unveränderte Gesamtzufriedenheit!

- Die durchschnittliche Gesamtzufriedenheit liegt unverändert bei 2,1.

Gestiegene Wechselquote!

- Die Wechselquote ist um rund 2 Prozentpunkte gestiegen und liegt aktuell bei 41%.

Unverändert hohe Kundenbindung!

- Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung insgesamt eine uneinheitliche Entwicklung auf. Bei einer Mittelwertbetrachtung hat sich die Verbleibswahrscheinlichkeit (\emptyset 2,2) um 0,1 Notenpunkte verbessert. Die Weiterempfehlungsbereitschaft (\emptyset 2,5) hat sich dagegen um 0,1 Notenpunkte verschlechtert. Lediglich der Wettbewerbervergleich (\emptyset 2,6) und die Kundenzufriedenheit (siehe Seite 7) sind unverändert geblieben.
- Der Kundenbindungsgrad liegt mit 73% unverändert im guten Bereich.

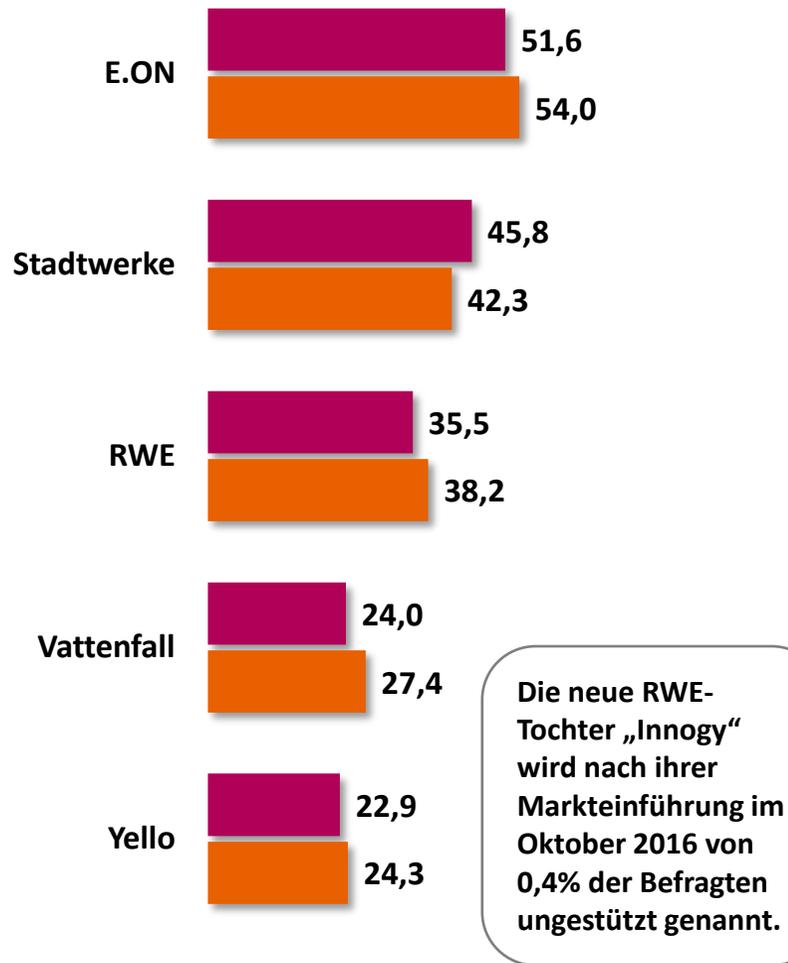
Schlechtere Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses!

Leicht gesunkene Gesamtzufriedenheit!

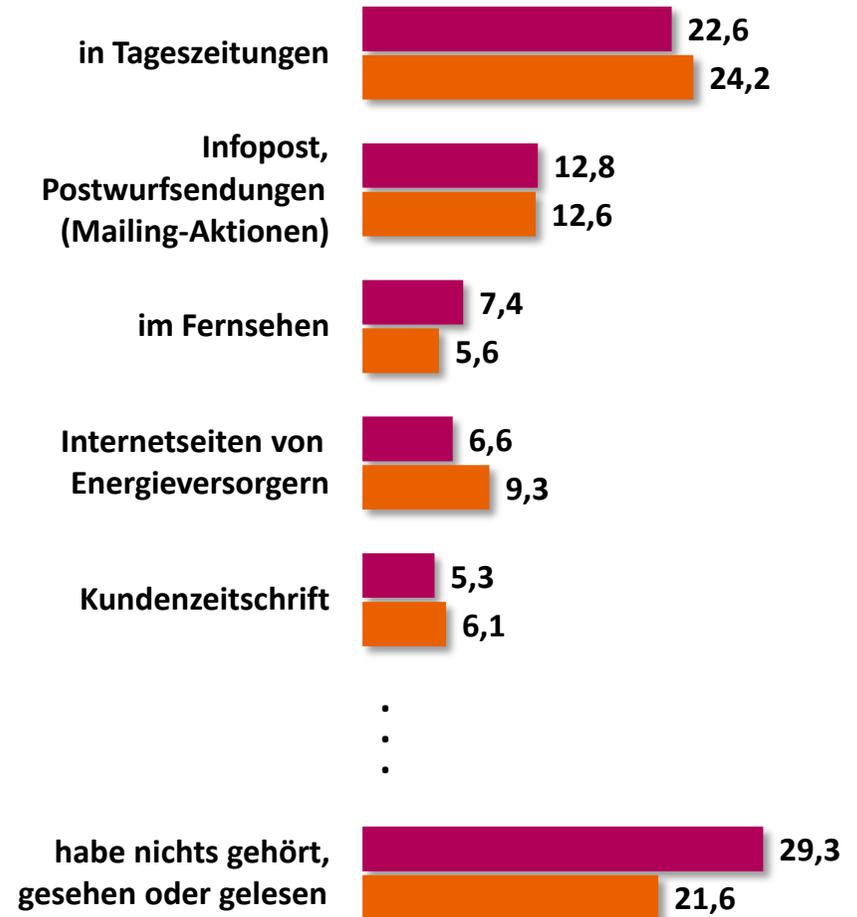
Gesunkene Kundenbindung!

- Die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung erreicht im Vergleich zum Vorjahr eine deutlich geringere Kundenzufriedenheit (2016: \bar{x} 2,0; 2015: \bar{x} 1,8).
- Das Preis-Leistungs-Verhältnis für Erdgas hat sich leicht verschlechtert. So geben rd. 41% der Befragten an, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis ihres Erdgasversorgers sehr gut bzw. gut ist. 2015 betrug dieser Anteil noch rd. 48%.
- Die durchschnittliche Gesamtzufriedenheit mit dem Erdgasversorger ist gegenüber 2015 um 0,1 Notenpunkte von 2,2 auf 2,3 gesunken.
- Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung überwiegend eine negative Tendenz auf. Bei einer Mittelwertbetrachtung hat sich die Verbleibswahrscheinlichkeit (\bar{x} 2,4) und die Weiterempfehlungsbereitschaft (\bar{x} 2,7) um 0,2 Notenpunkte sowie die Kundenzufriedenheit (siehe oben) verschlechtert. Lediglich der Wettbewerbervergleich (\bar{x} 2,7) ist unverändert geblieben.
- Der Kundenbindungsgrad ist von 73% auf 69% gesunken und liegt nur noch im mittelmäßigen Bereich.



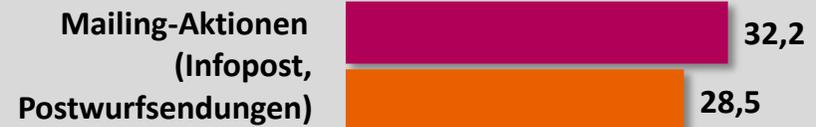
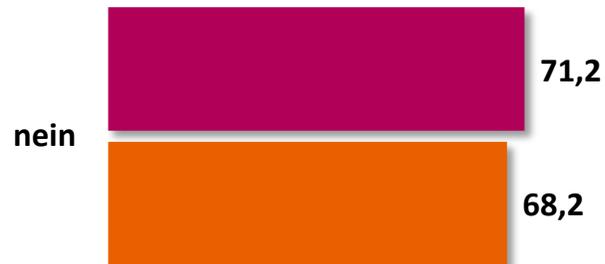
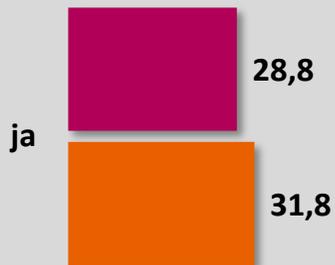


Frage 1: Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)



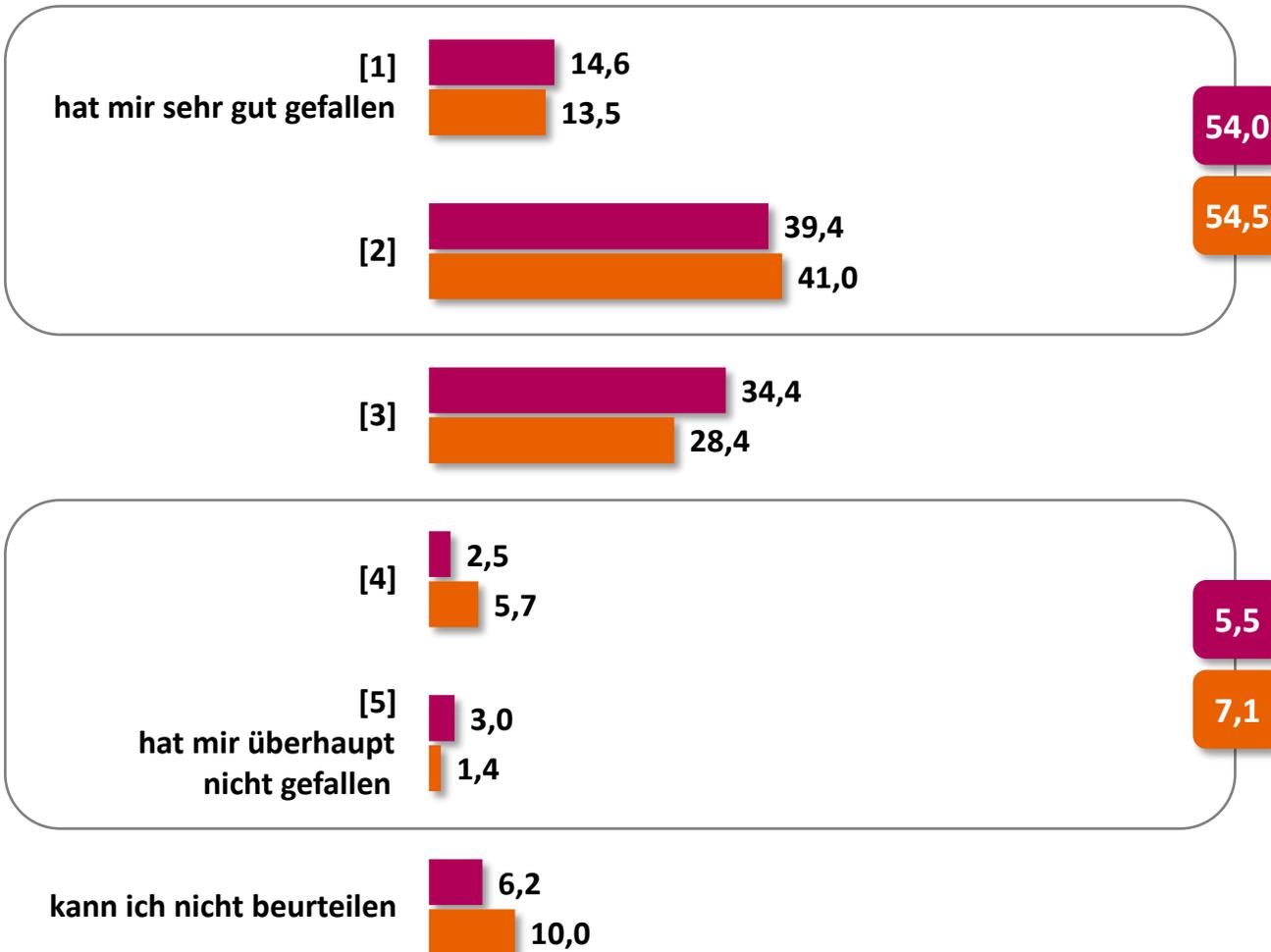
Frage 5: Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Angaben in %

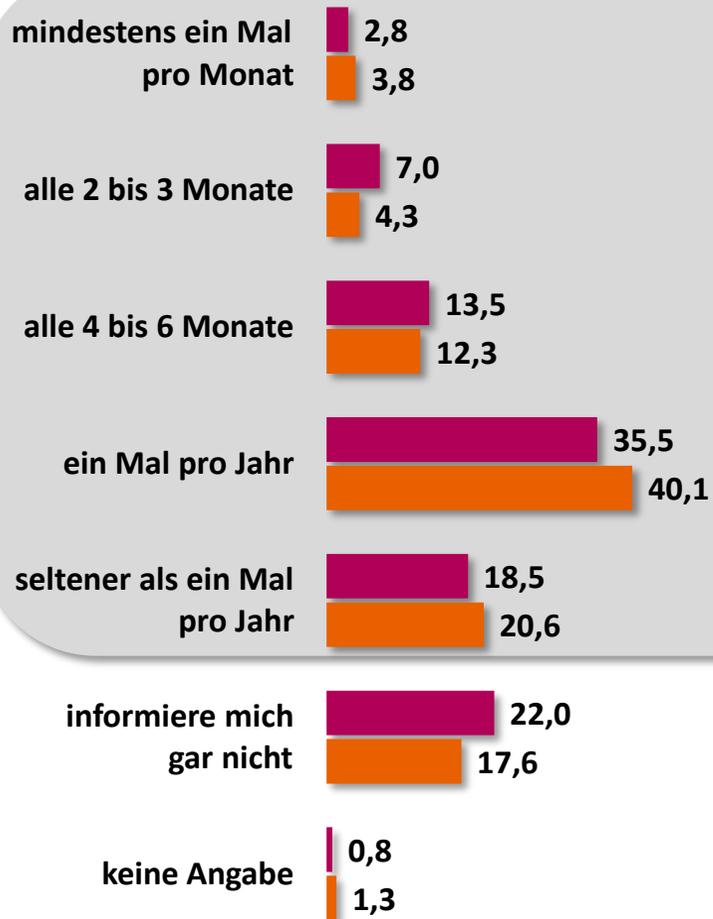


Frage 6.1: Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Angaben in %

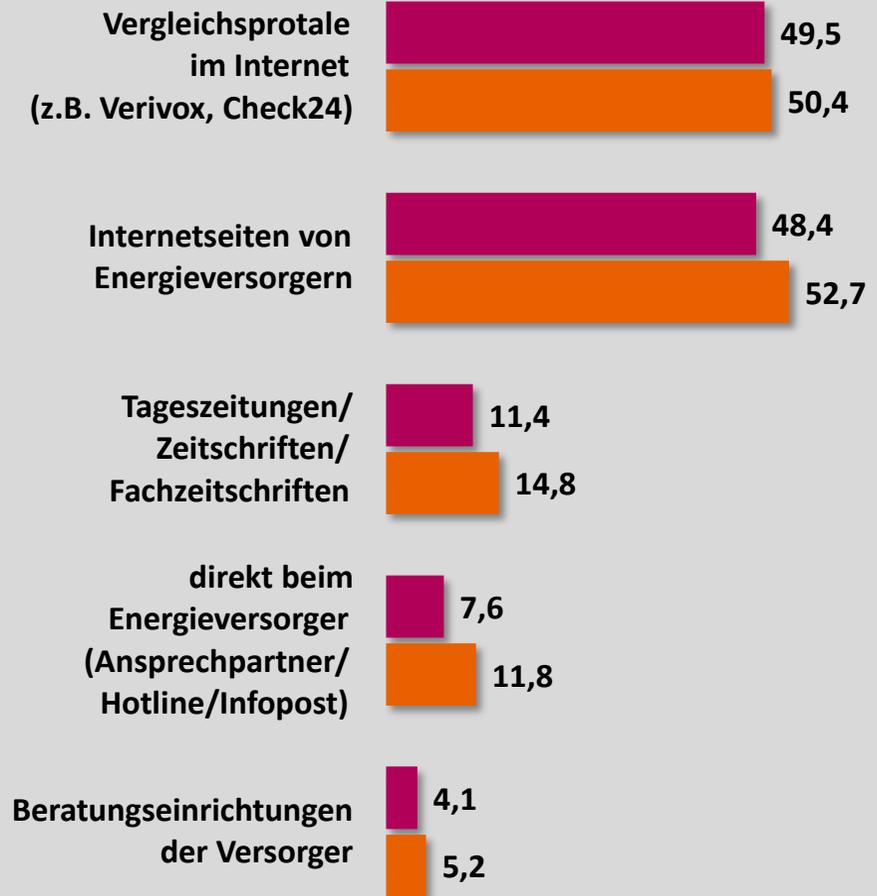






Frage 2: Wie regelmäßig informieren Sie sich über Energieversorger und deren Preise?

Studie 2016 (n = 1.040) Studie 2015 (n = 1.040)

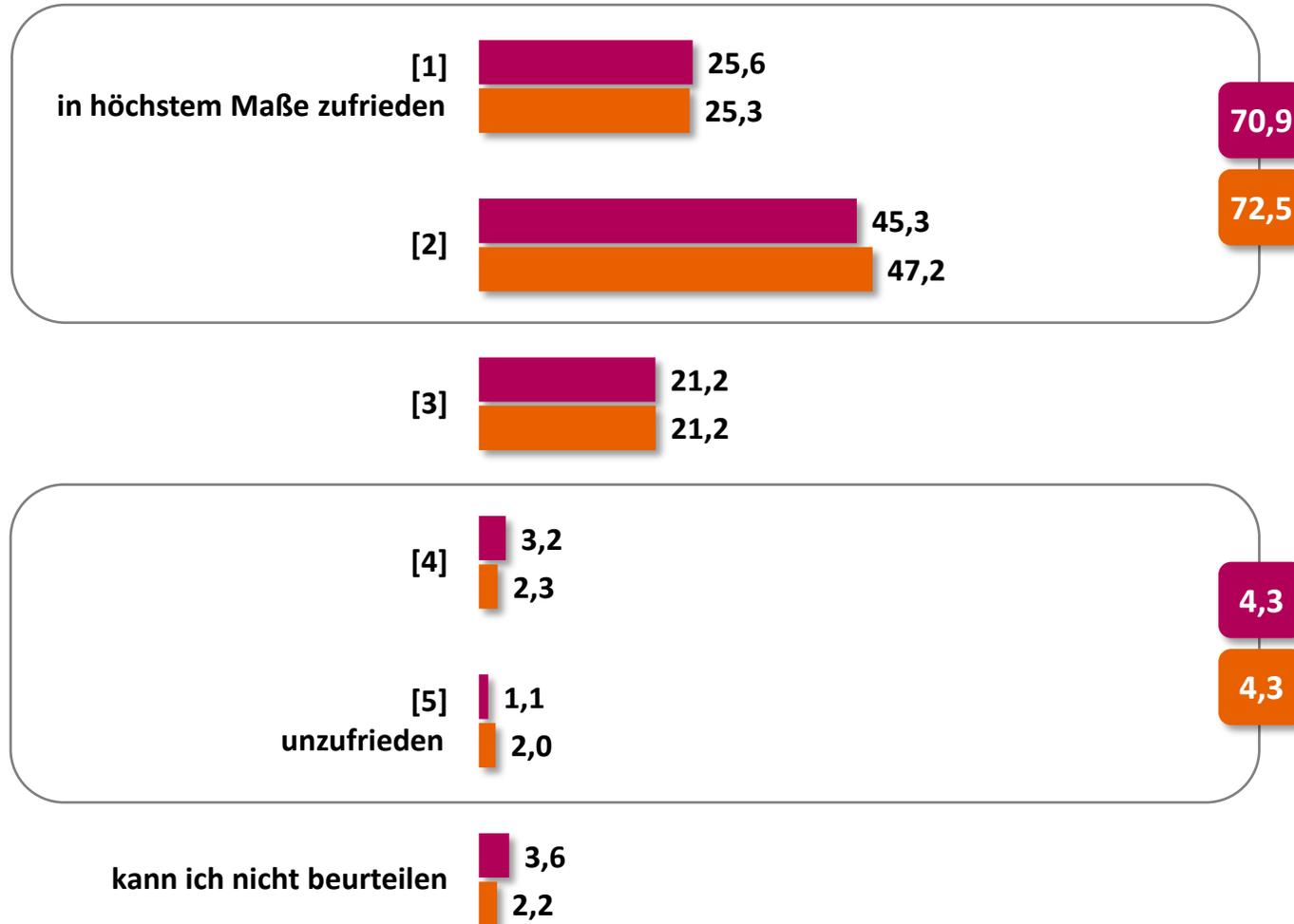


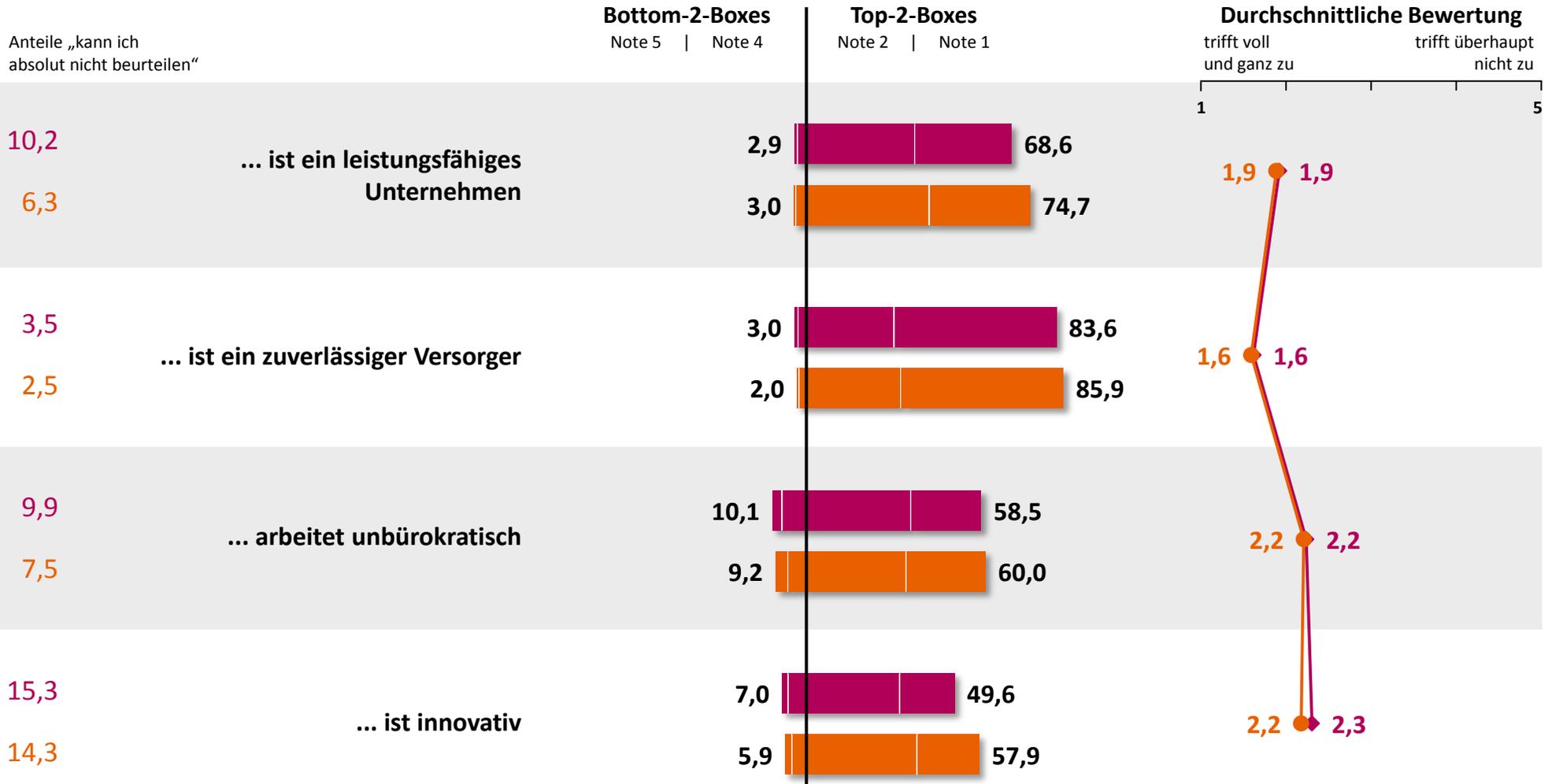
Frage 3: Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich über Energieversorger und deren Preise zu informieren? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Studie 2016 (n = 804) Studie 2015 (n = 843)

Angaben in %

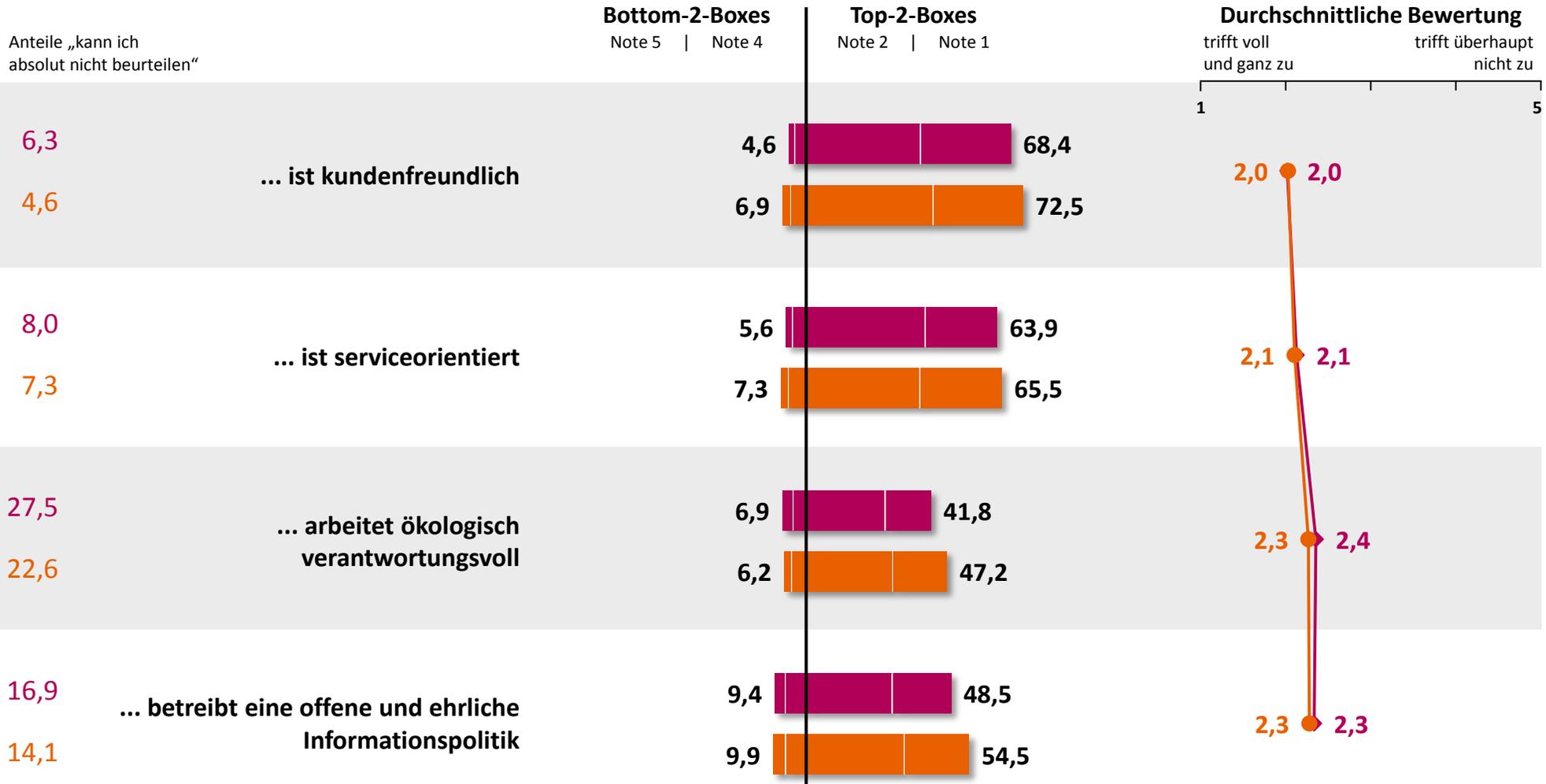






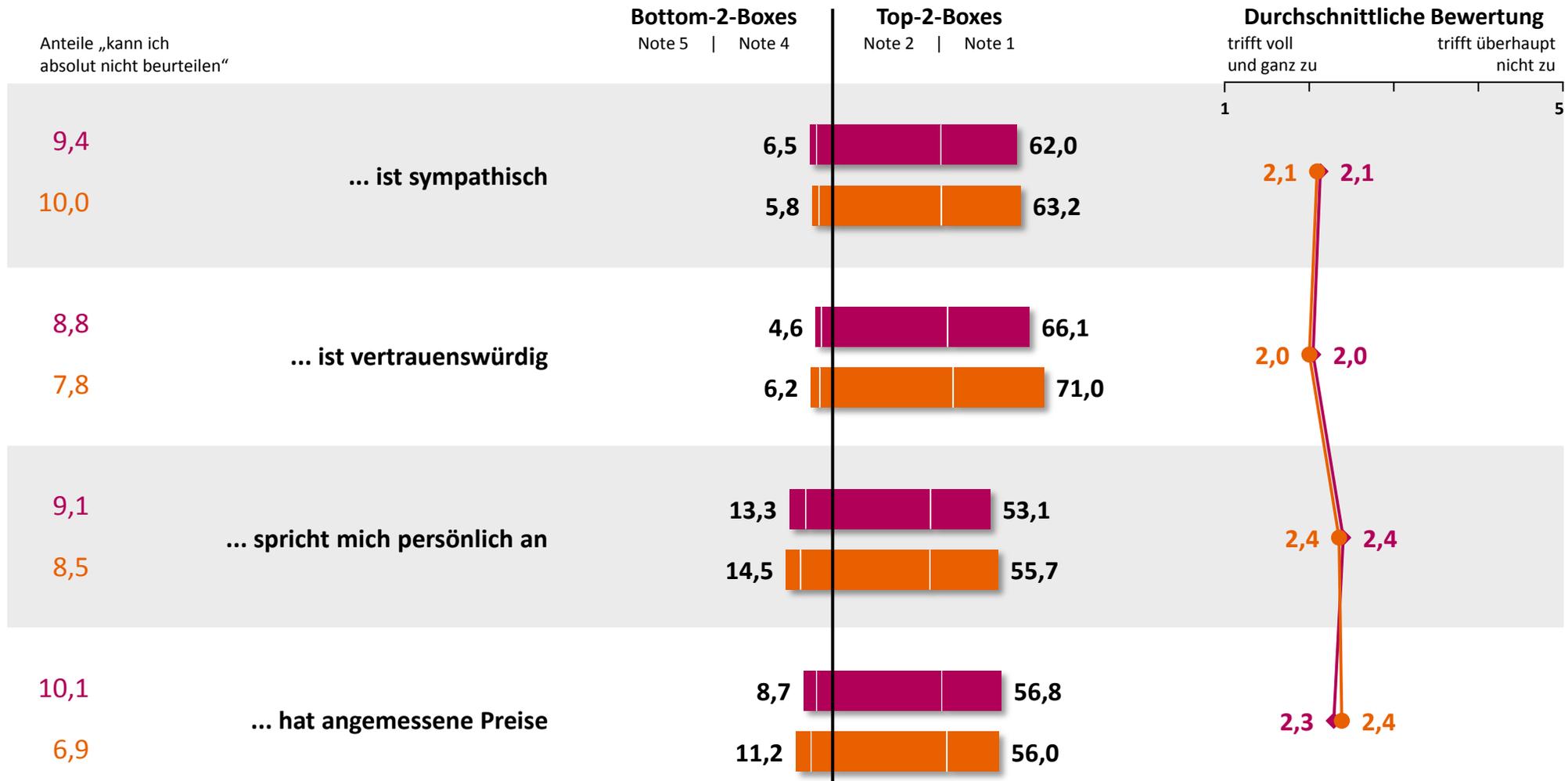
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Angaben in %



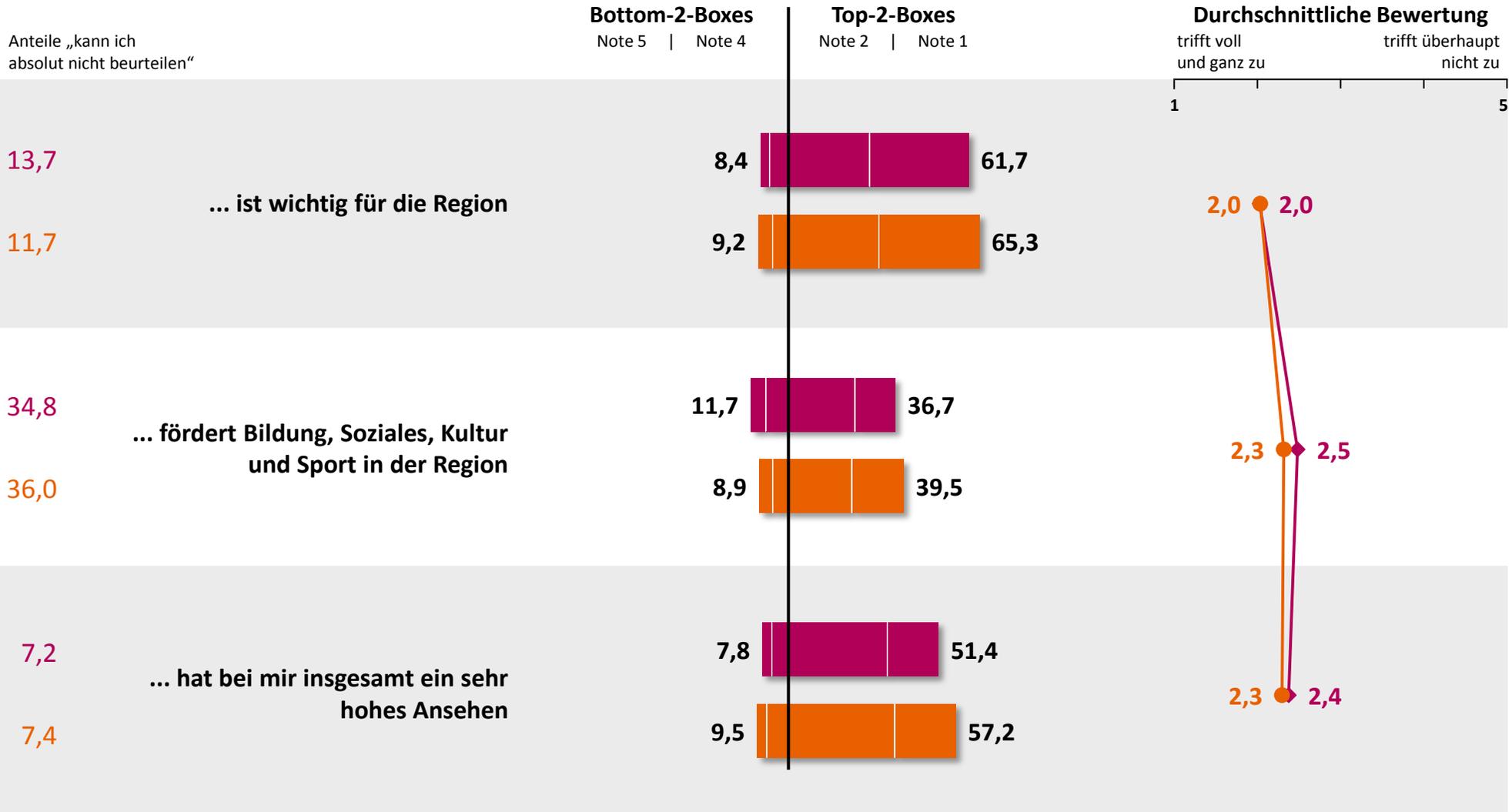
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Angaben in %



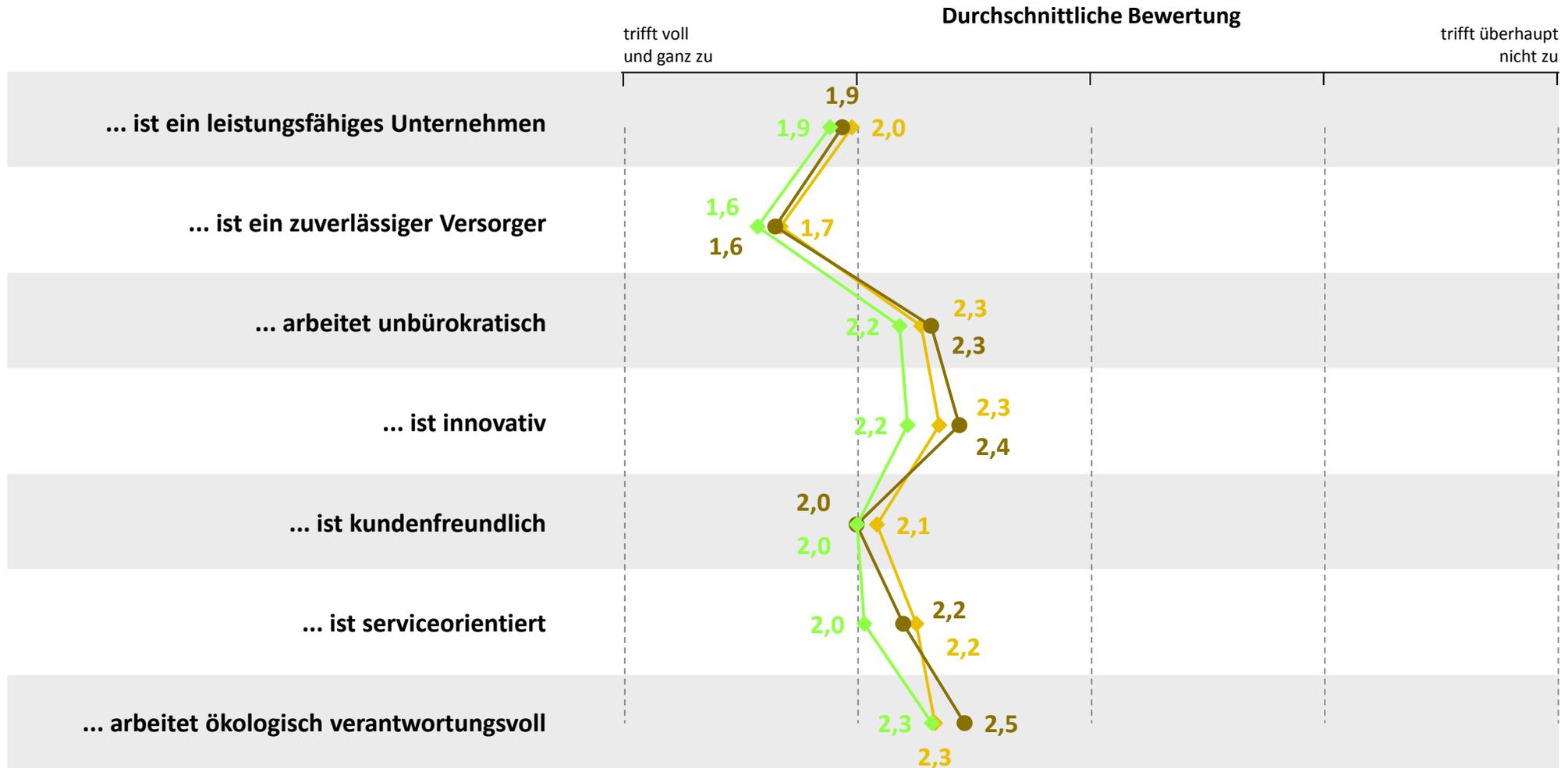
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Angaben in %



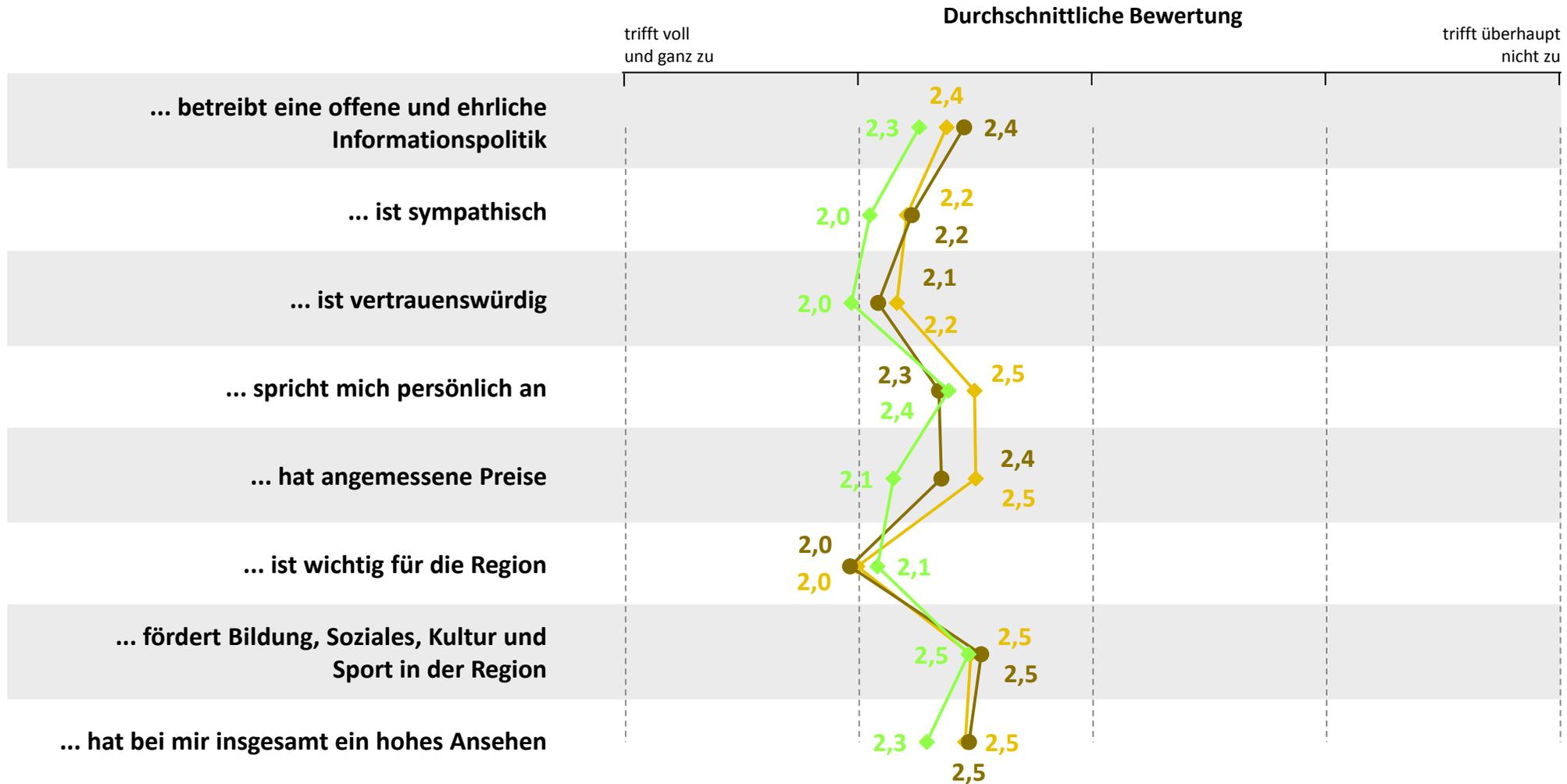
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Angaben in %



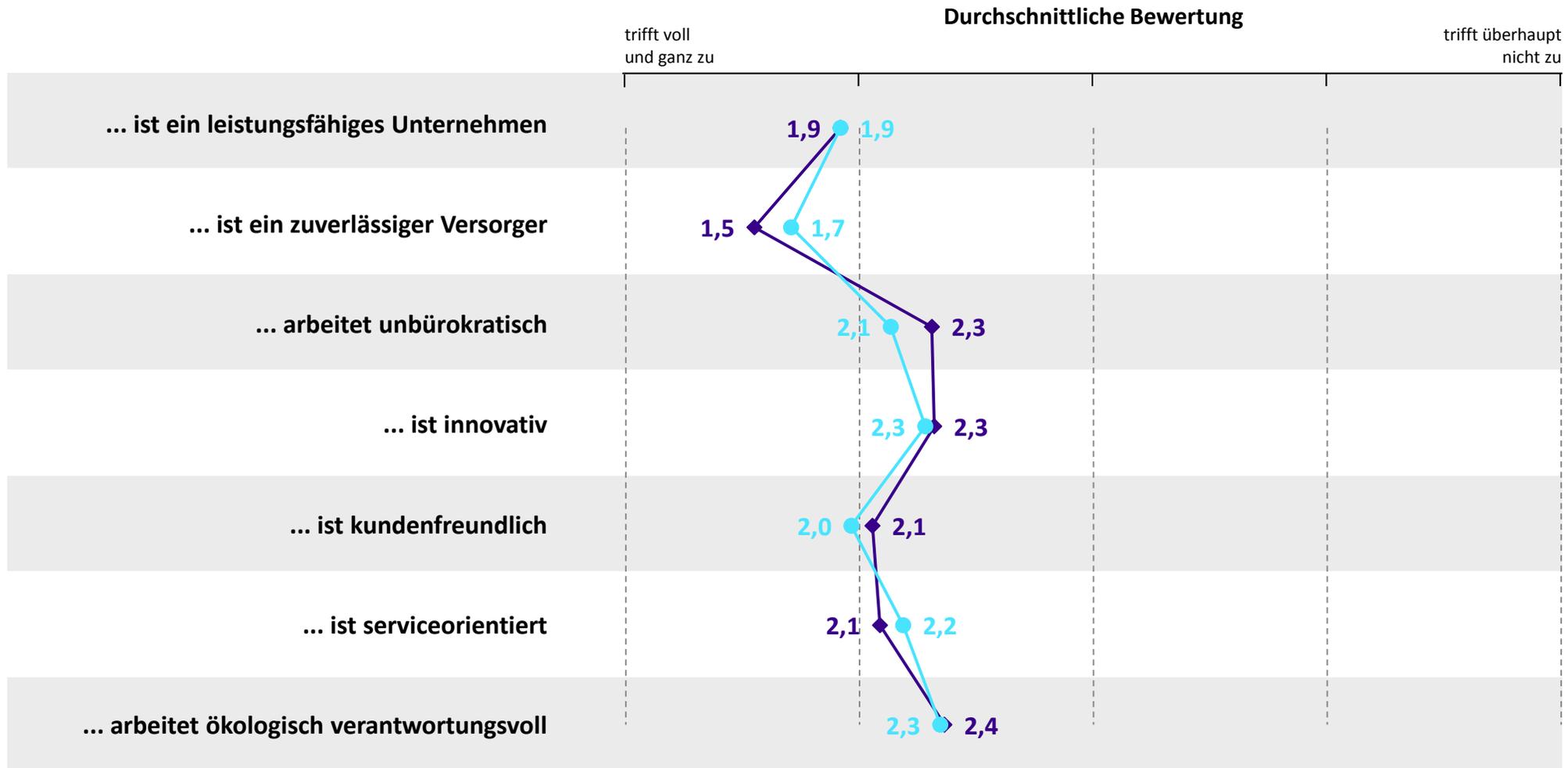
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Durchschnittswerte



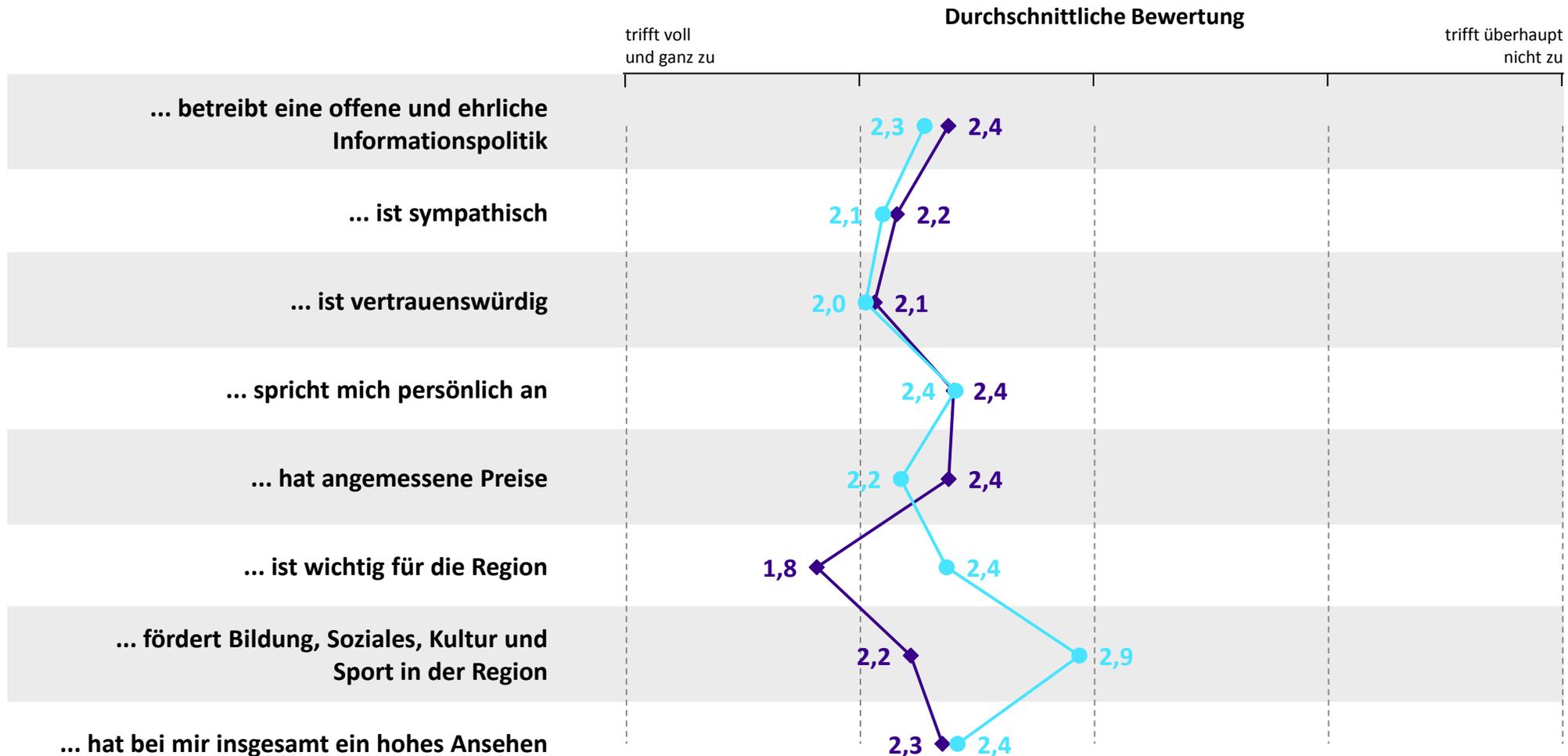
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Durchschnittswerte



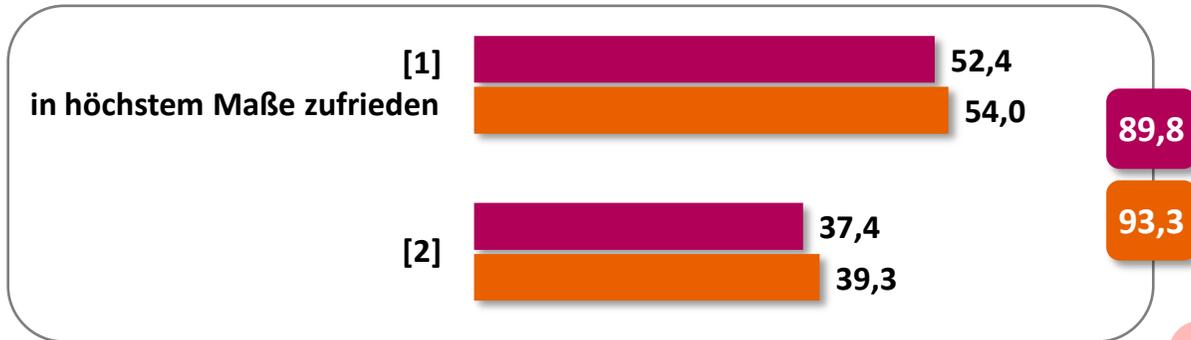
Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Durchschnittswerte



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

Durchschnittswerte



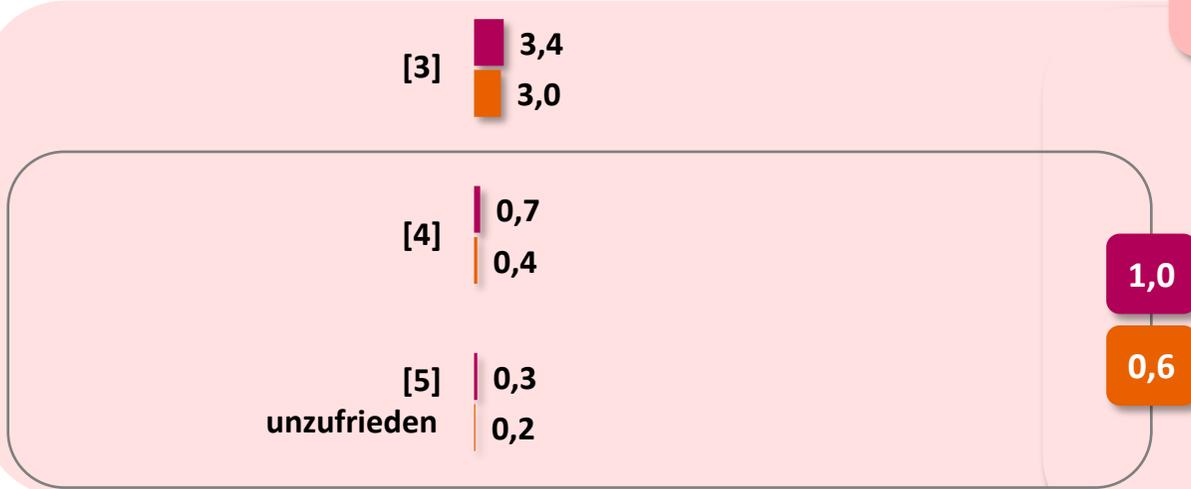
89,8

93,3

Gründe für die Unzufriedenheit

1. generelle Unzufriedenheit
2. Störung/Stromausfall in der Vergangenheit
3. keine regelmäßige Wartung von Anlagen/Anschlüssen
4. Unsicher ob Versorgung auch in Zukunft zuverlässig erfolgt

n = 46



1,0

0,6



Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden

1 | 5

40,6

... dem Informationsverhalten des
Energieversorgers bei Störungen im
Leitungsnetz

40,0

7,2

34,6

6,8

41,2

2,2

2,3

44,1

... der Geschwindigkeit der
Störungsbehebung

44,0

4,2

37,6

2,8

40,4

2,1

2,1

52,0

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

50,6

4,1

30,0

3,3

34,4

2,2

2,2

Image und Kundenzufriedenheit

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

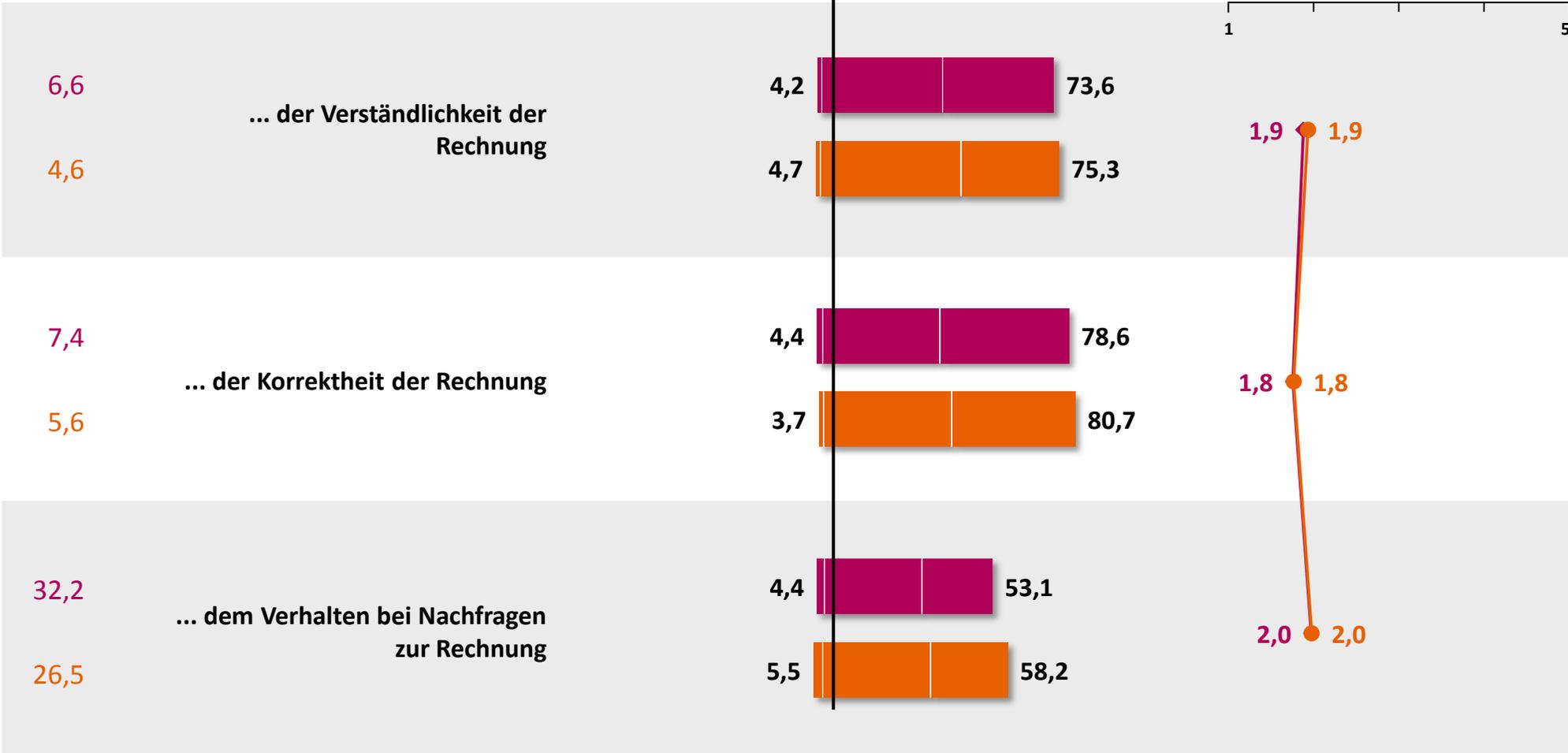
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5



Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

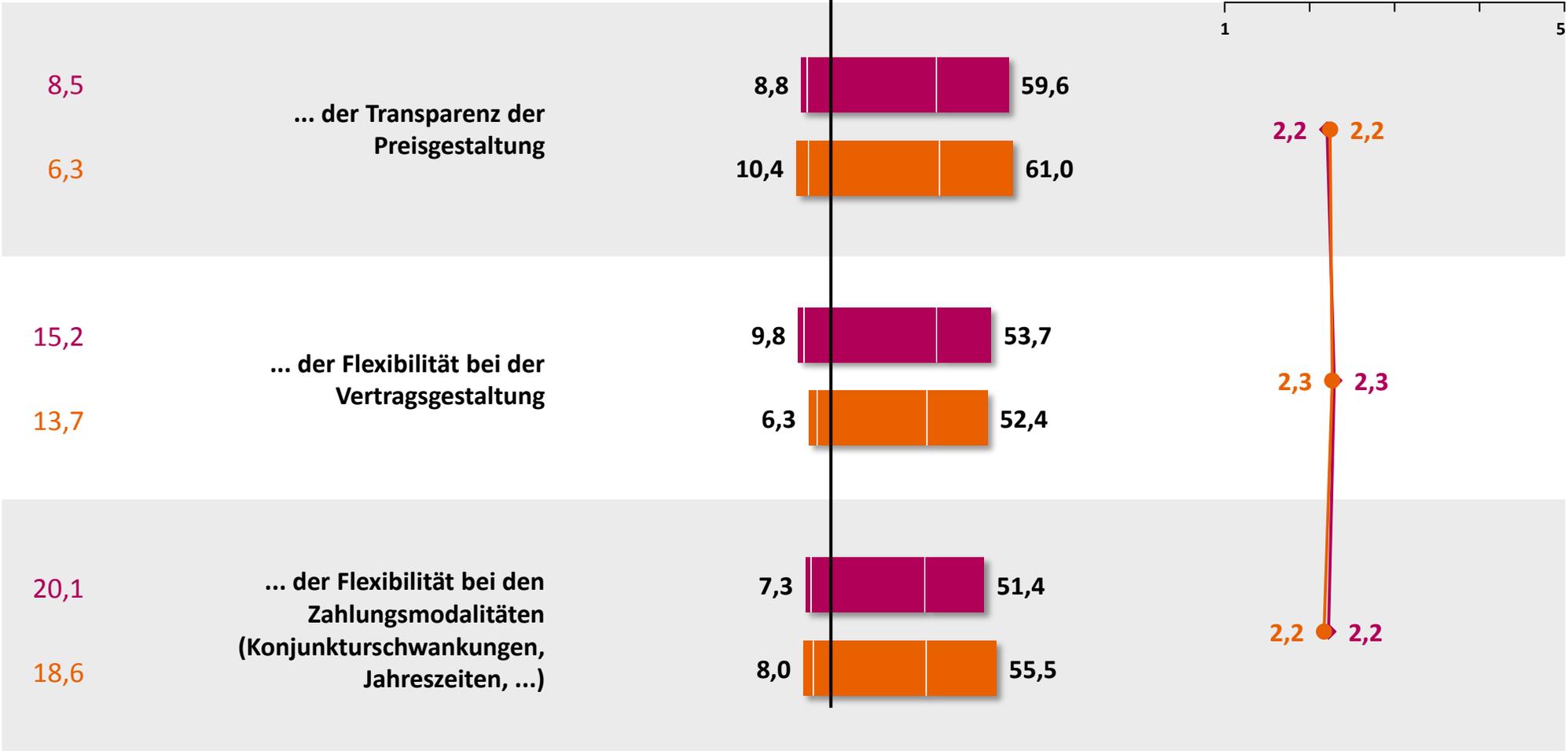
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5



Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5



Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

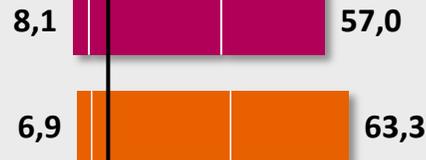
Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

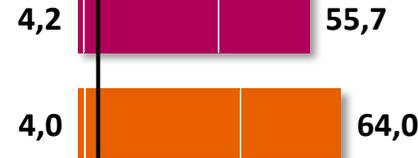
in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5

18,2 ... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger
15,9



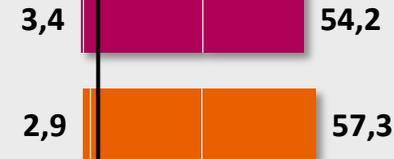
2,0 ● 2,1

19,7 ... den Geschäftszeiten Ihres Energieversorgers
18,5

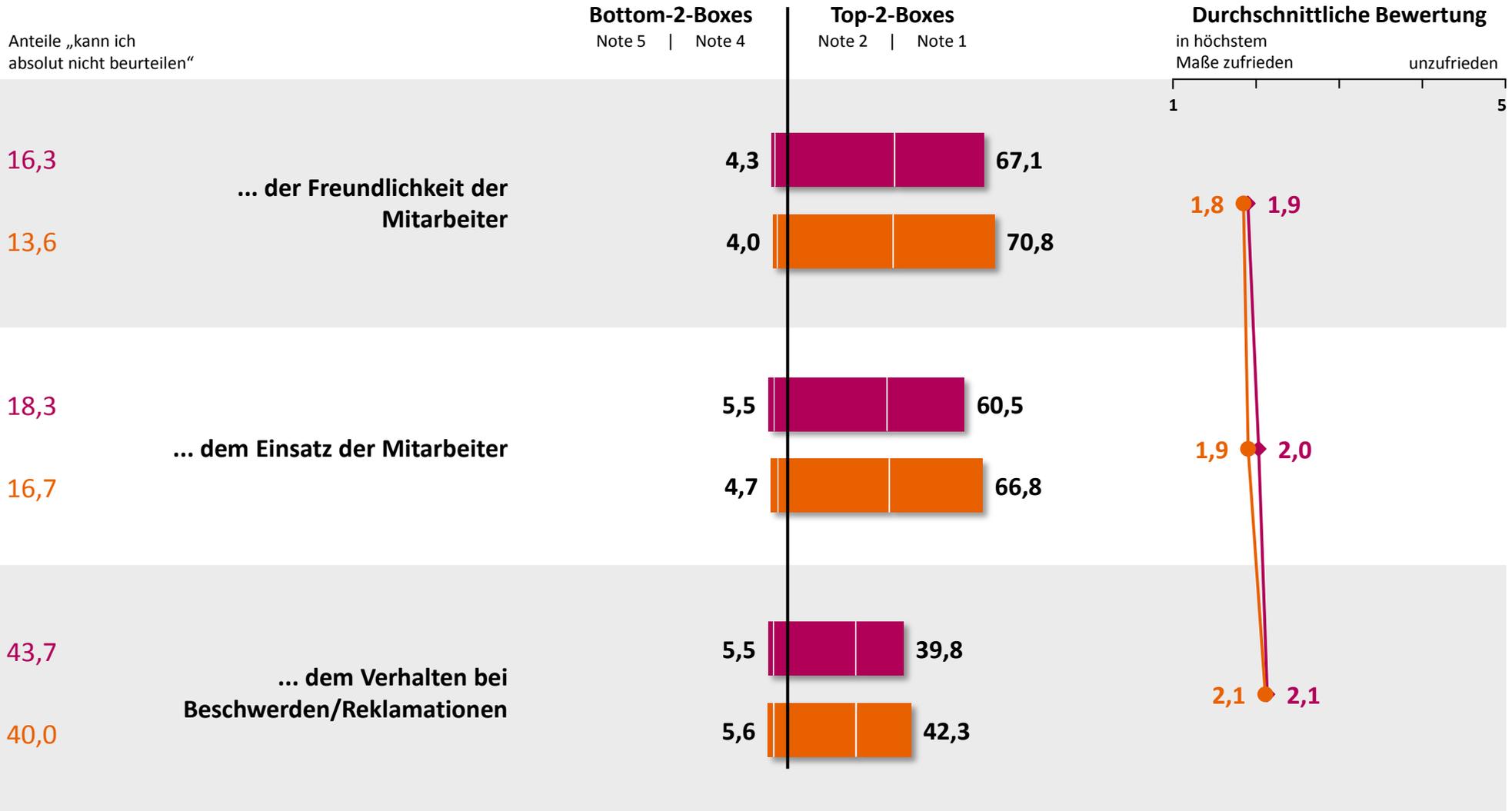


2,0 ● 2,1

30,8 ... der Einhaltung abgesprochener Termine
30,0



1,8 ● 1,9



Frage 11: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5

25,9

... der Verständlichkeit von Beratungsleistungen Ihres Energieversorgers

23,1

3,0 | 51,4

3,6 | 53,1

2,1 | 2,1

26,0

... der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers allgemein

23,0

3,8 | 54,6

6,2 | 55,4

2,0 | 2,1

31,3

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

28,6

5,2 | 44,8

5,3 | 48,8

2,1 | 2,2

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Durchschnittliche Bewertung

in höchstem Maße zufrieden | unzufrieden
1 | 5

25,0

... dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes

24,3

4,1



4,1

53,6

2,1

2,2

24,3

... der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebot

23,9

4,3



4,8

53,7

2,1

2,2

24,5

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

24,0

14,6

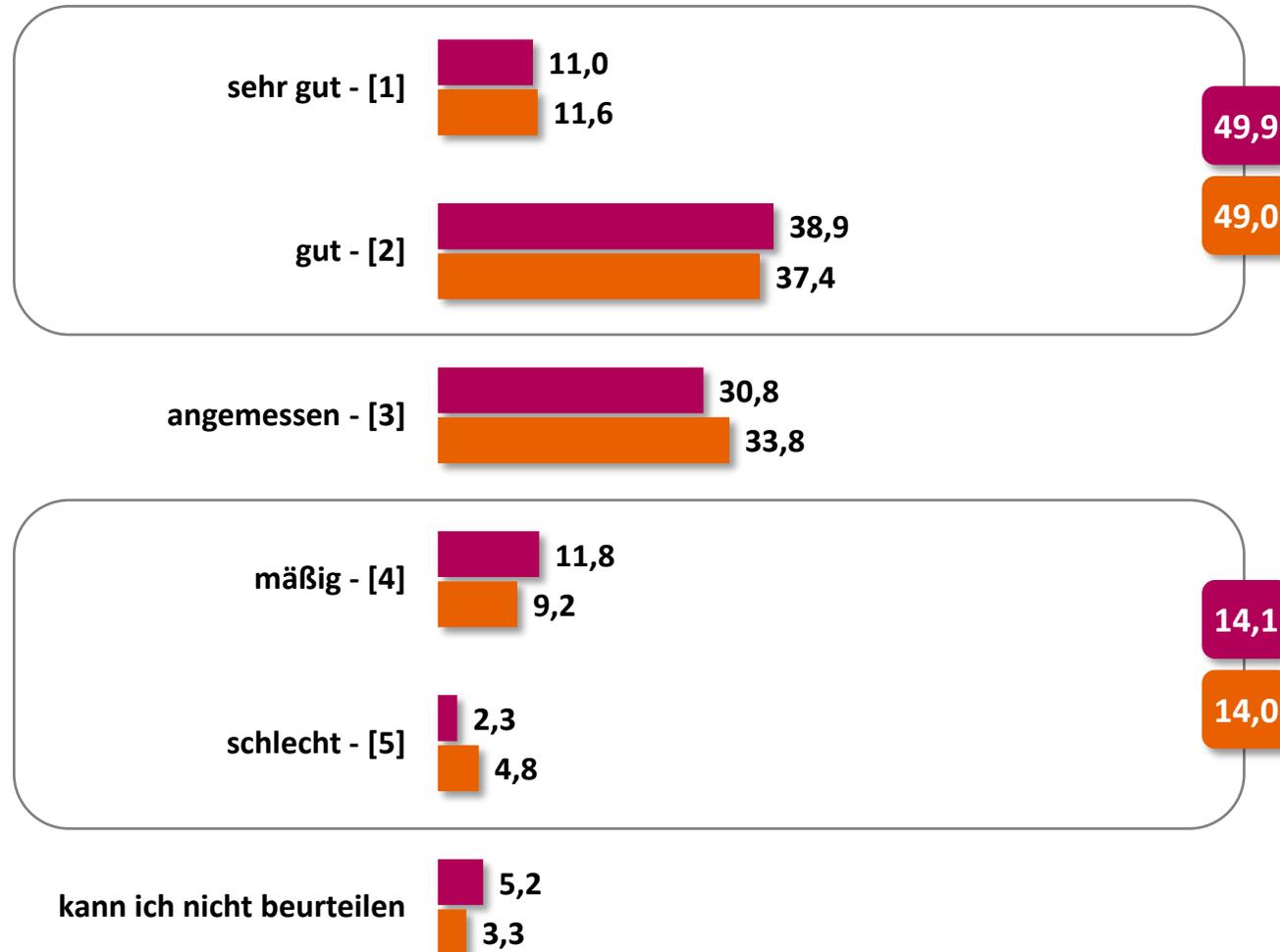


13,2

46,2

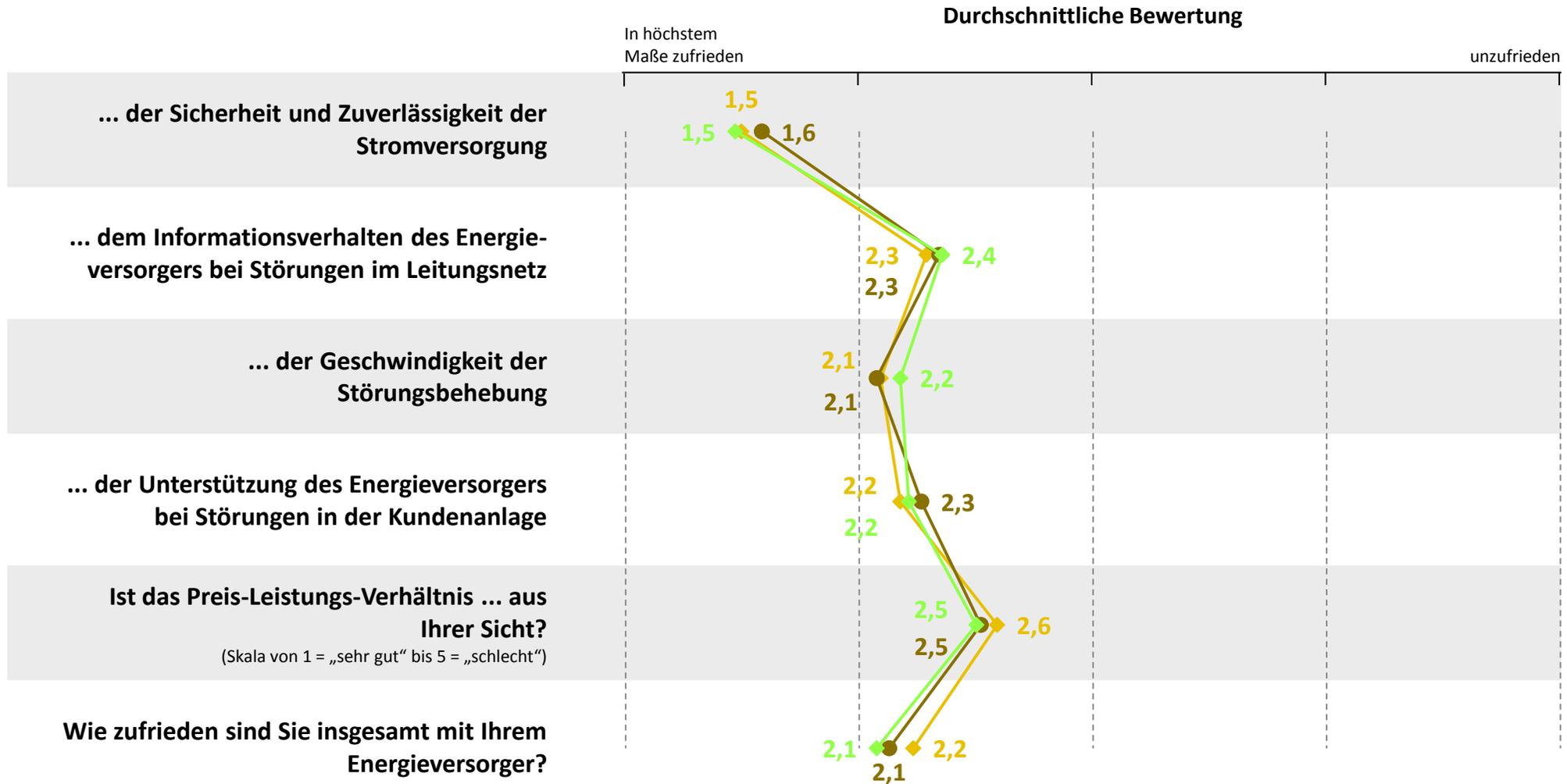
2,4

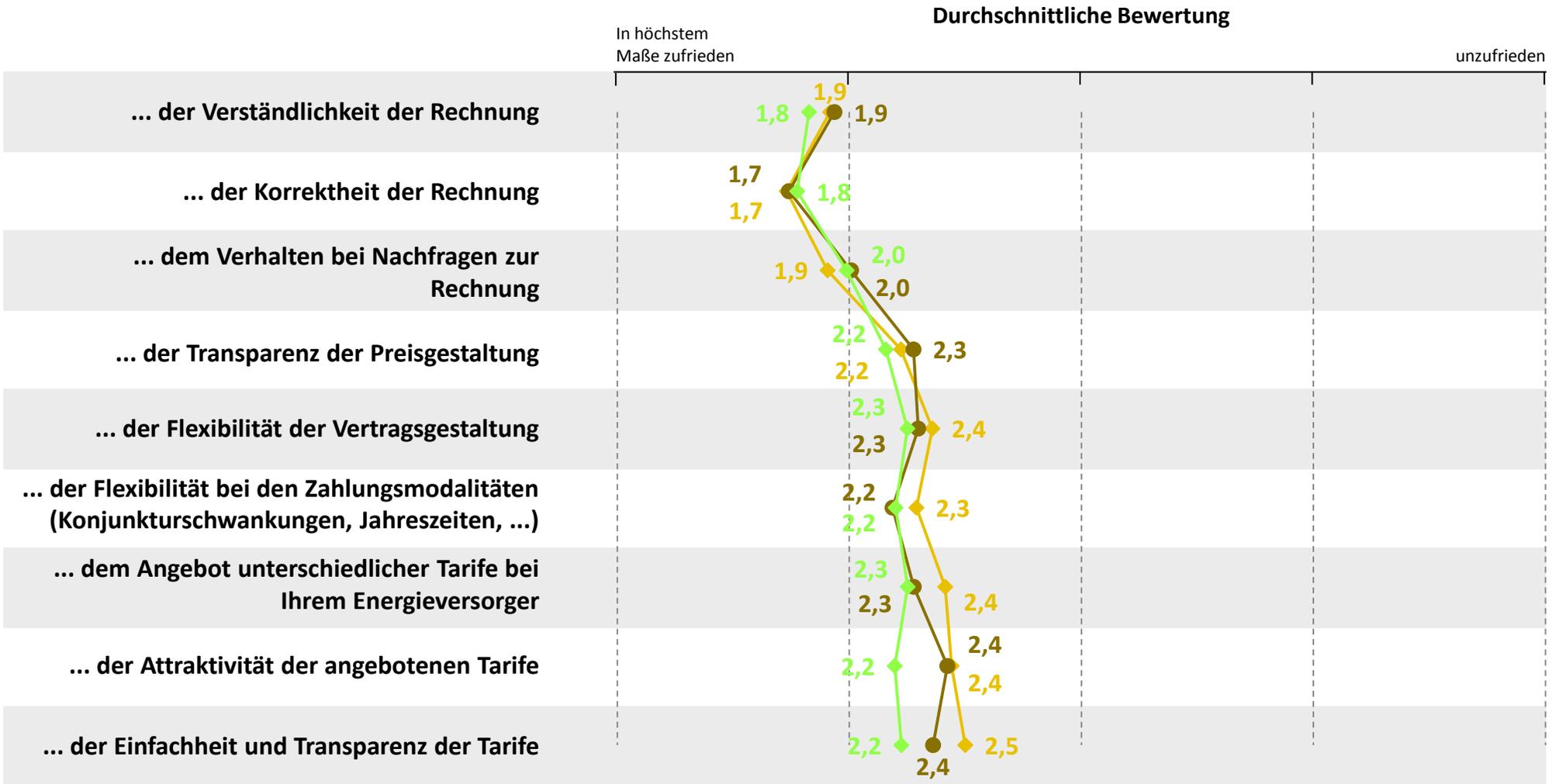
2,6



Frage 12: Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Ihrer Sicht ...?

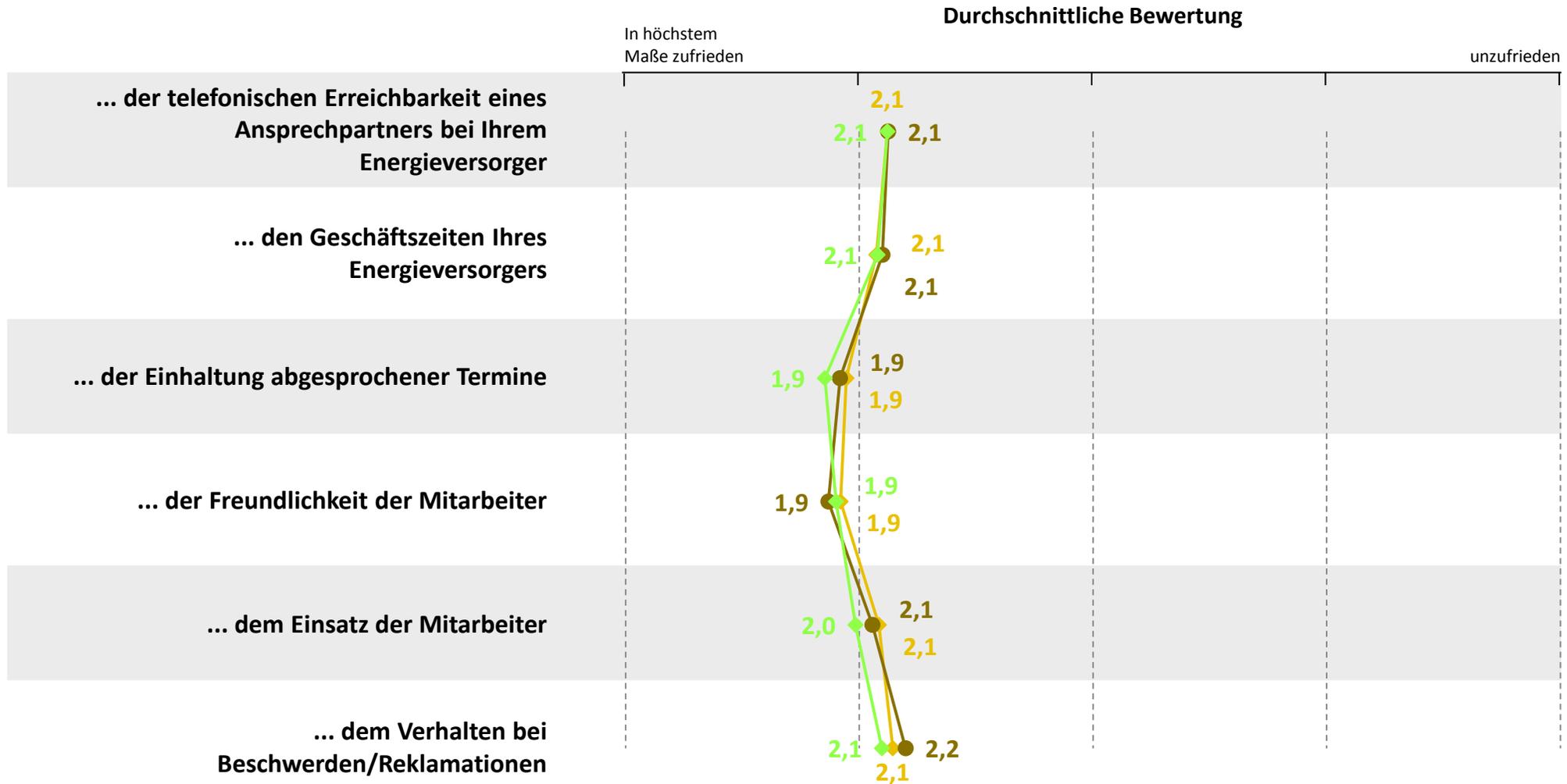
Angaben in %





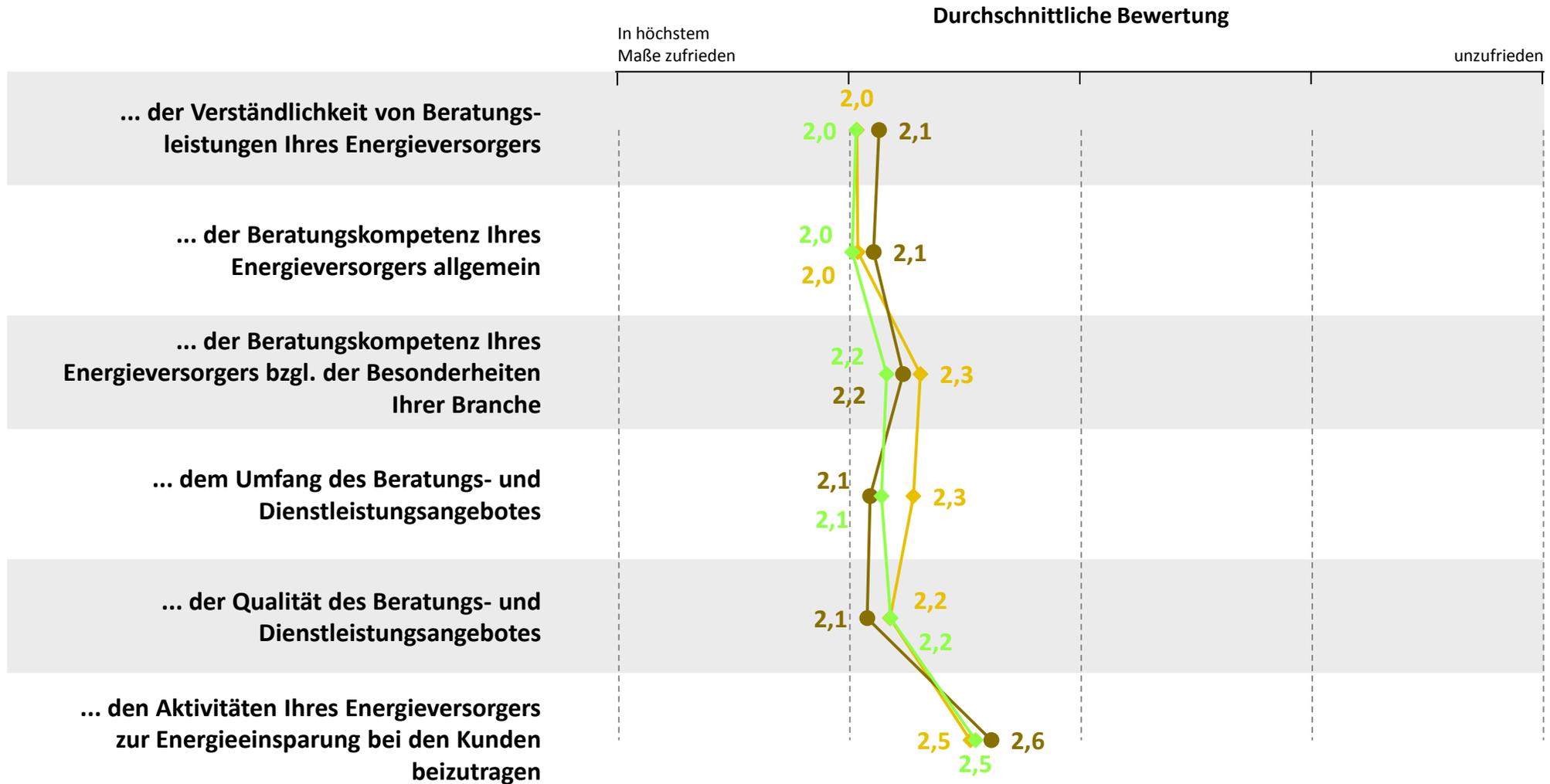
Frage 11: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte



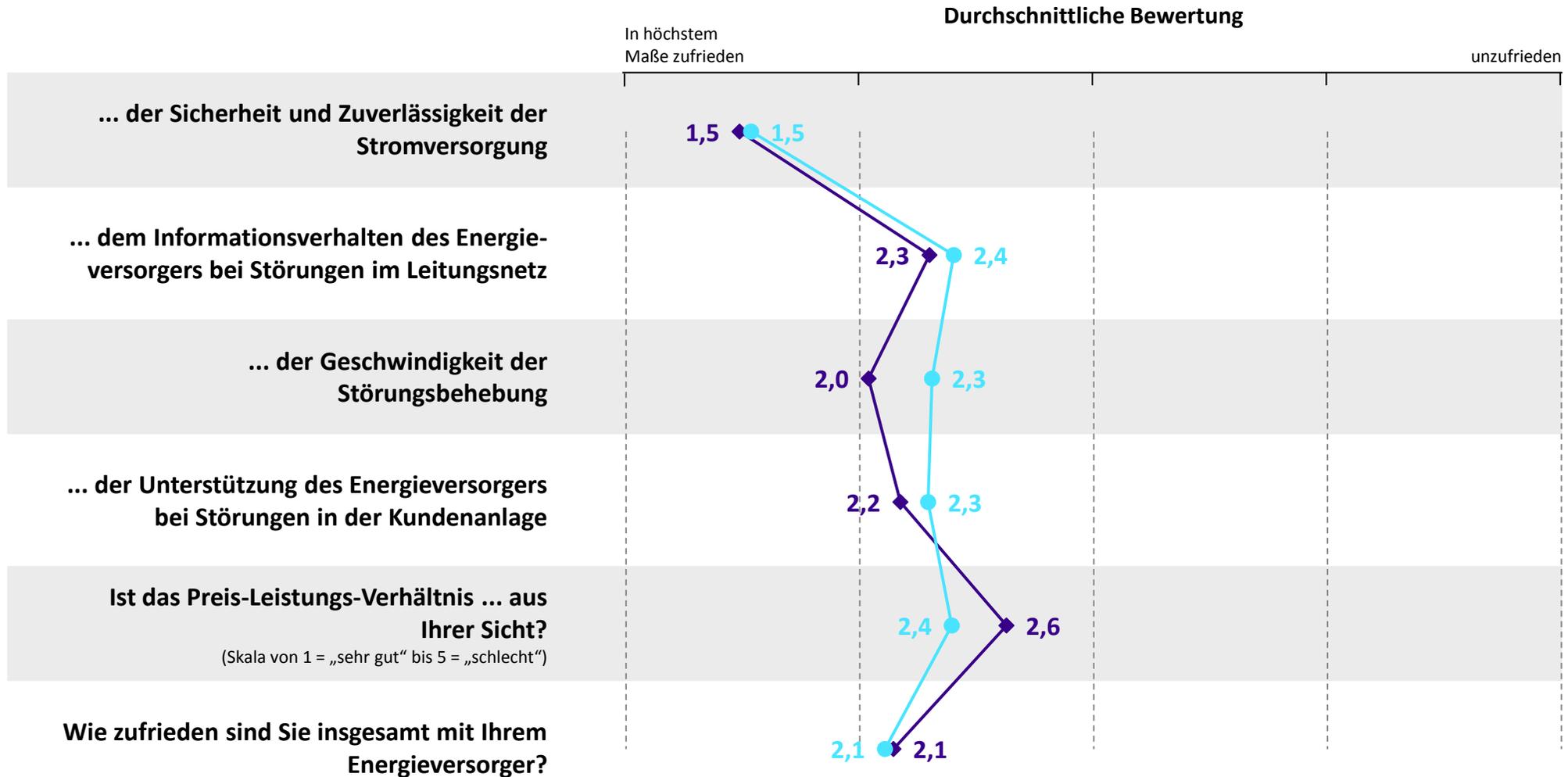
Frage 11: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

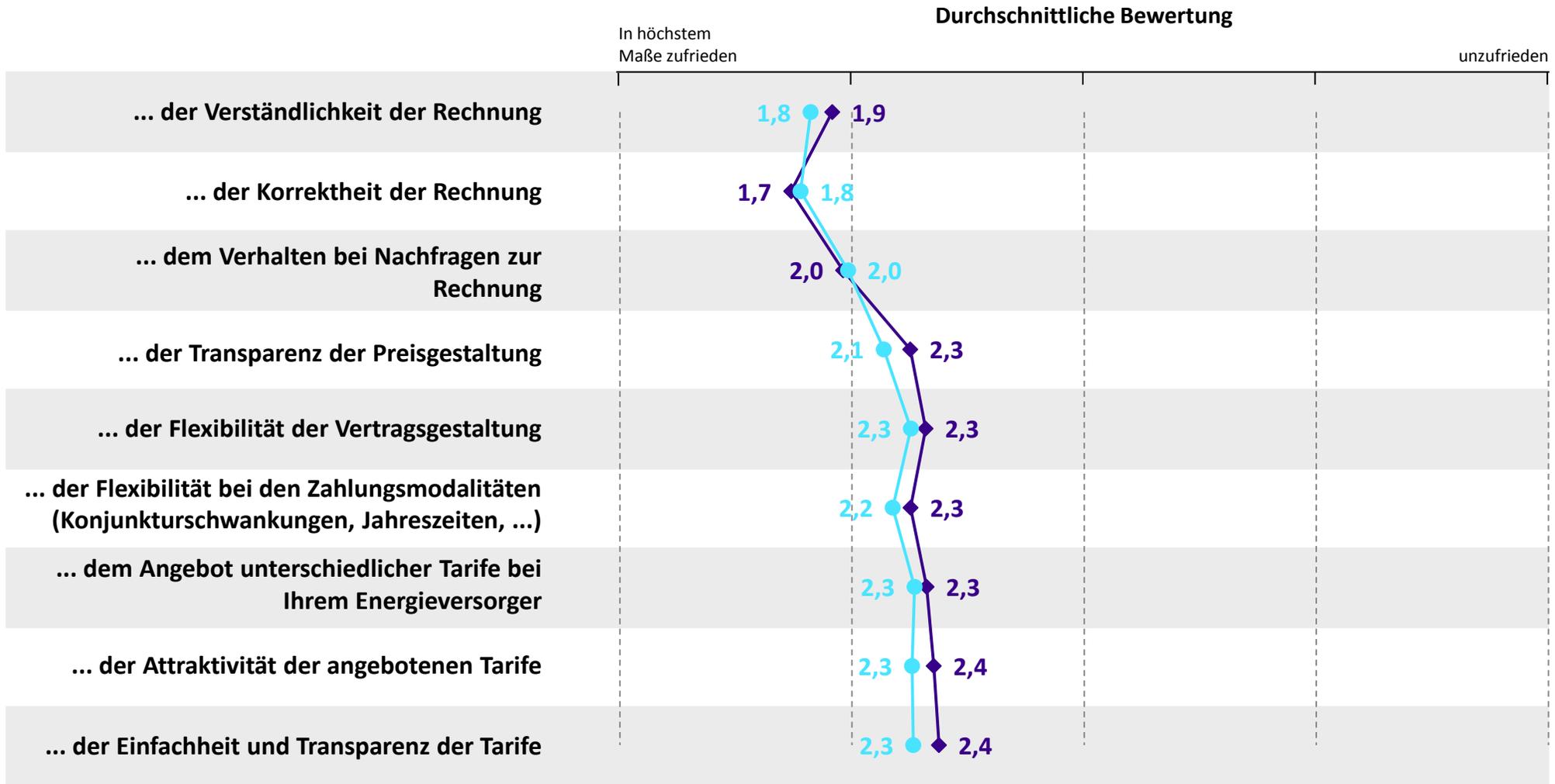
Durchschnittswerte



Frage 11: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

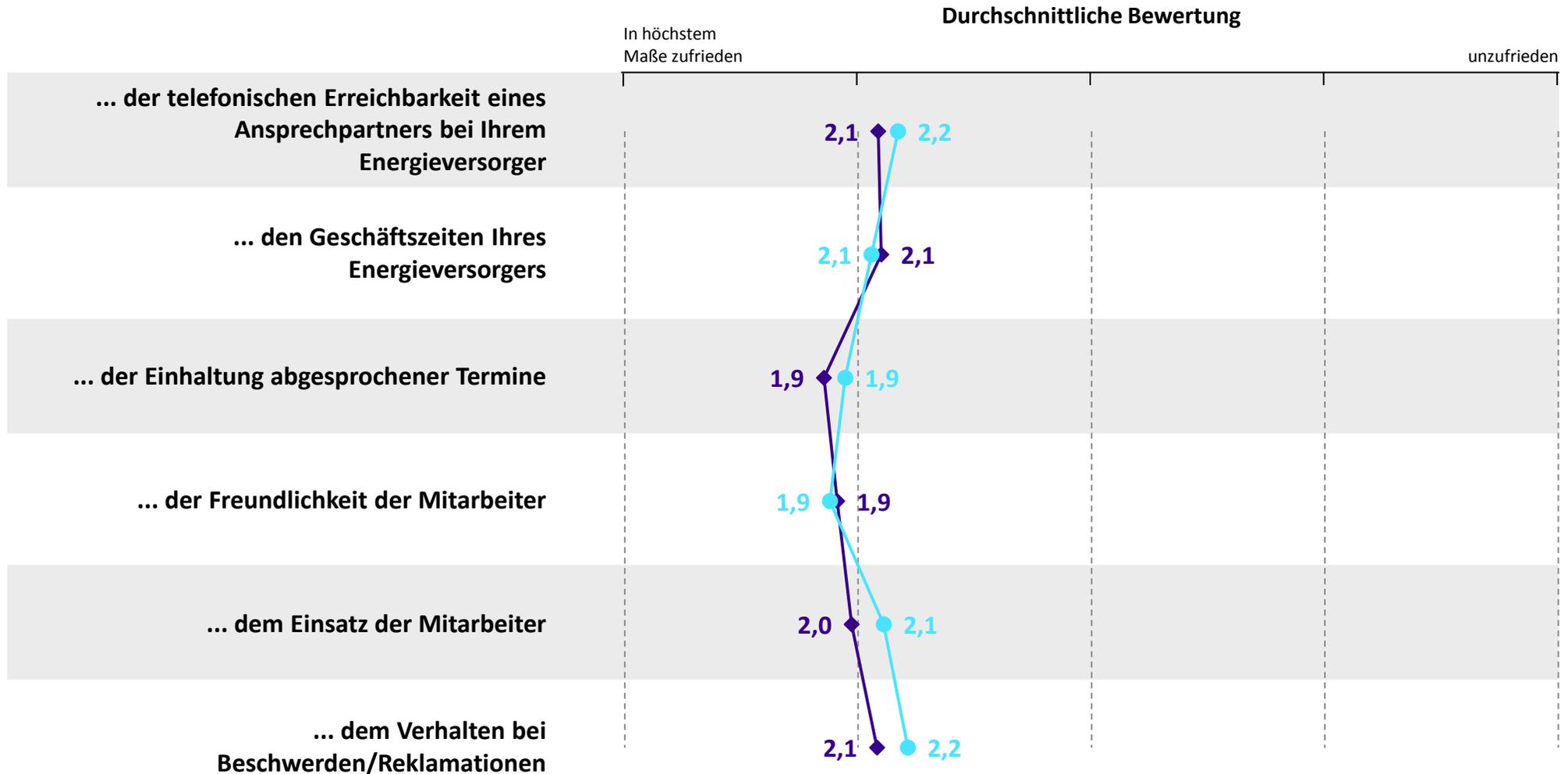
Durchschnittswerte





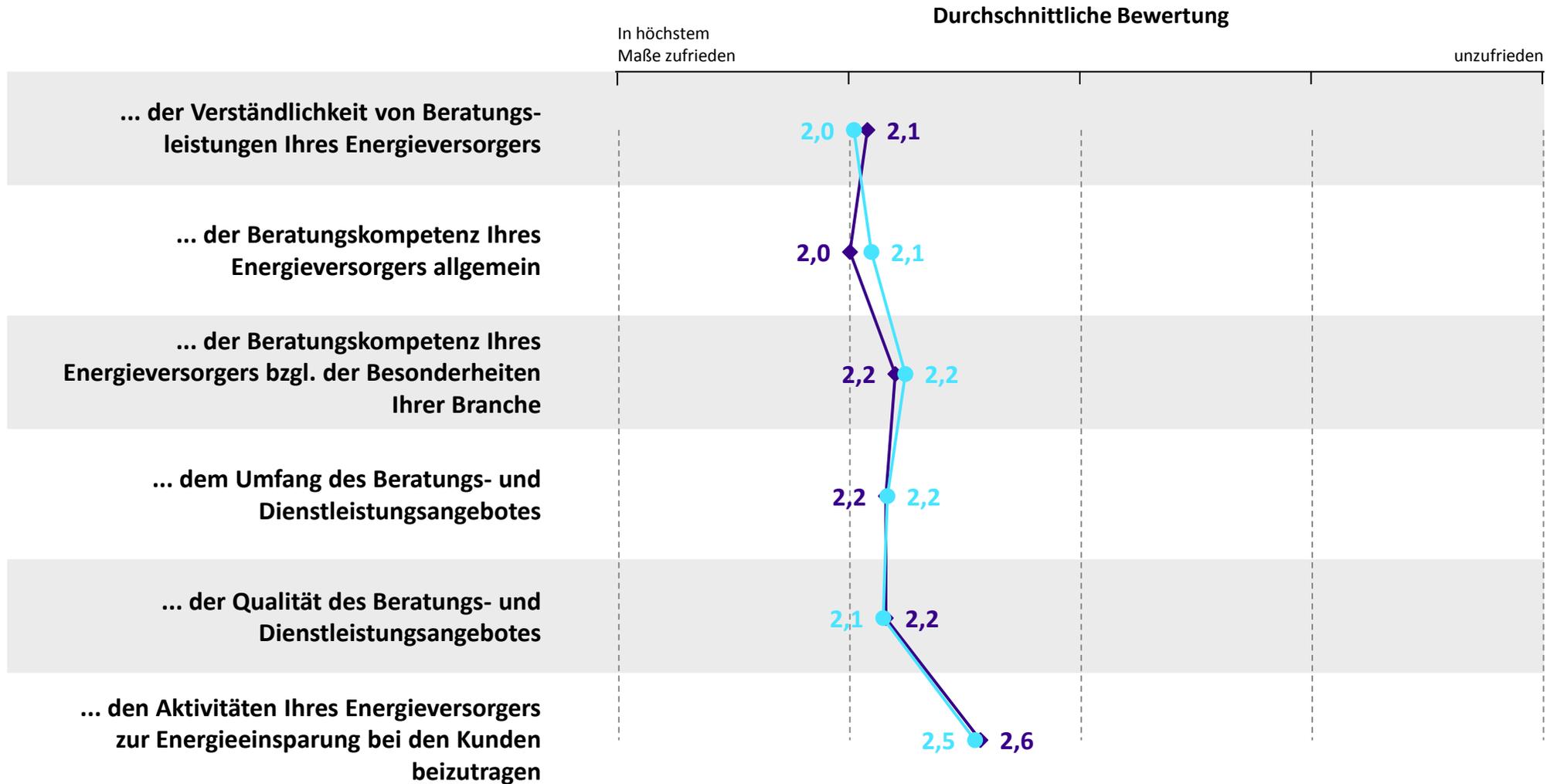
Frage 11: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte



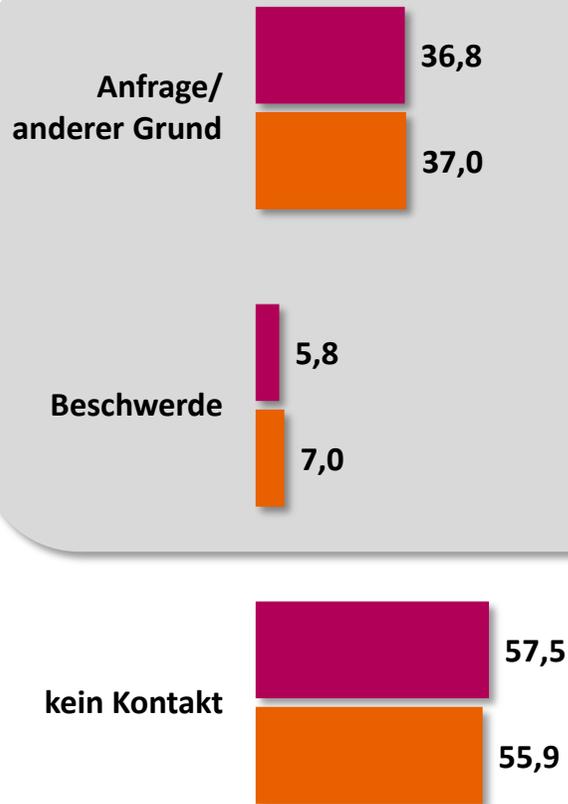
Frage 11: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

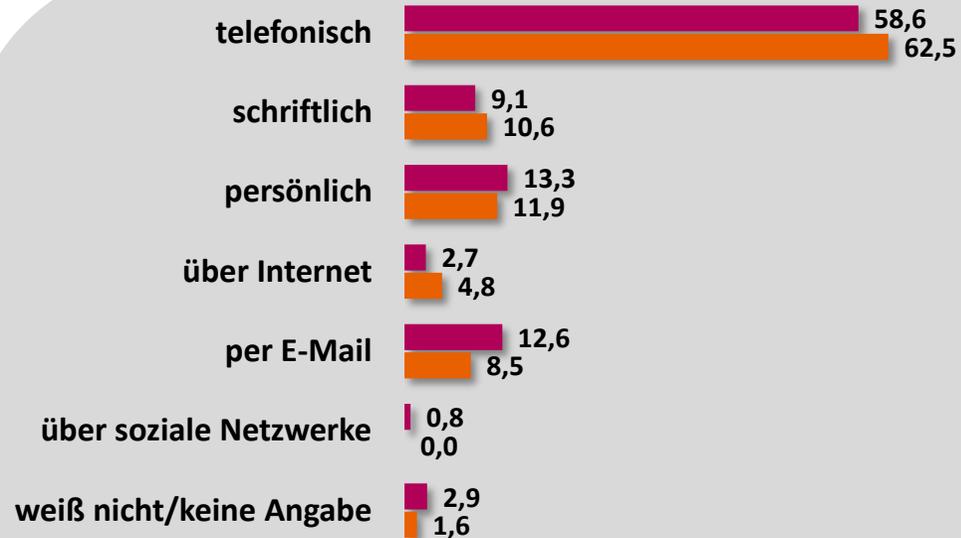


Frage 11: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

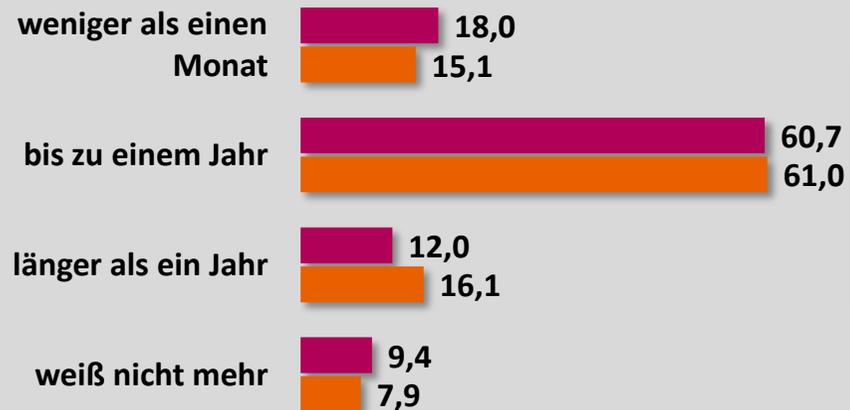
Durchschnittswerte



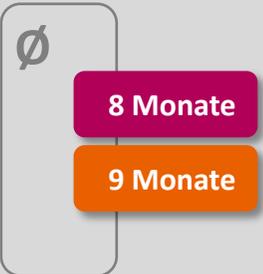
Frage 10/10.1: Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?

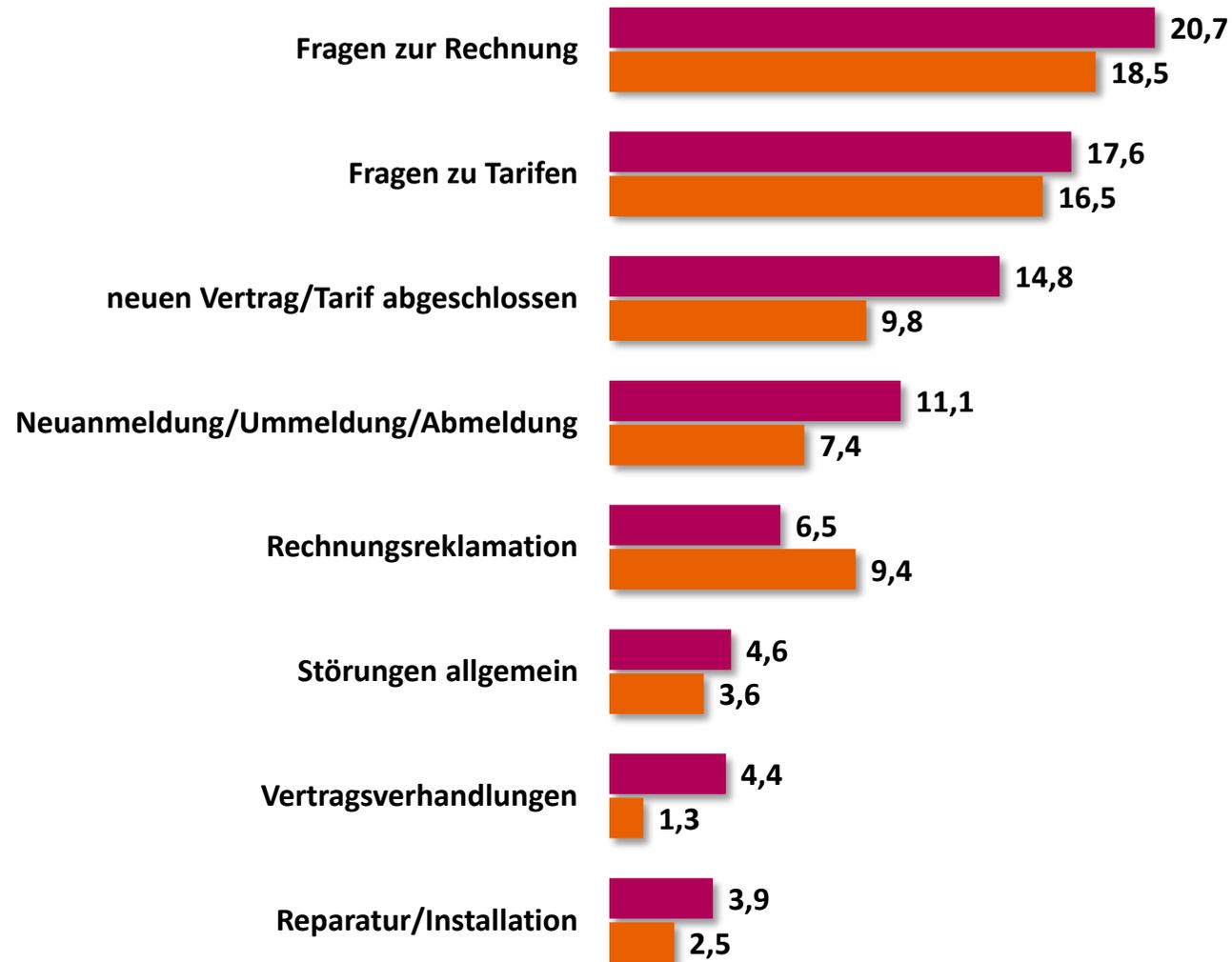


Frage 10.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?

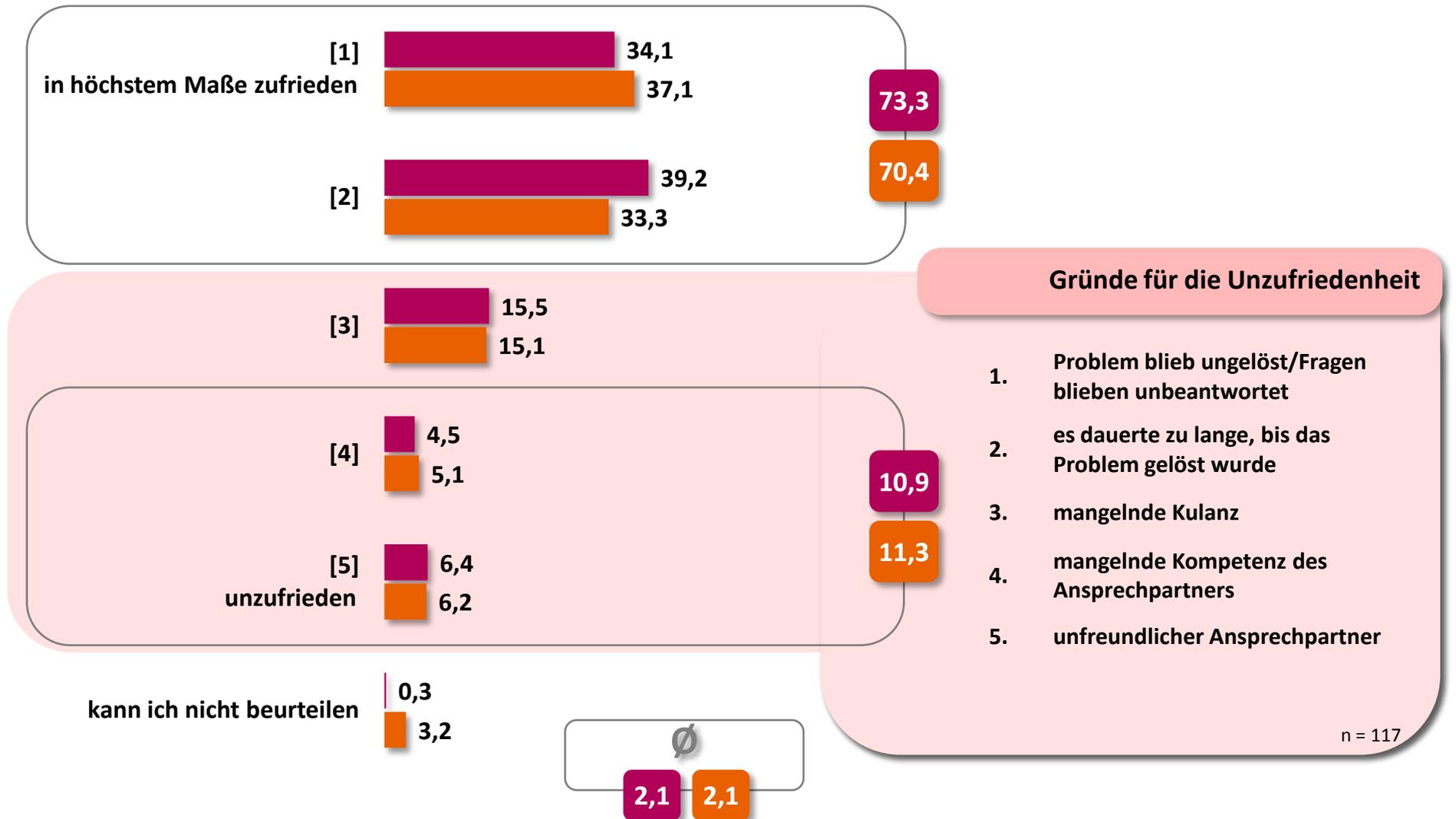


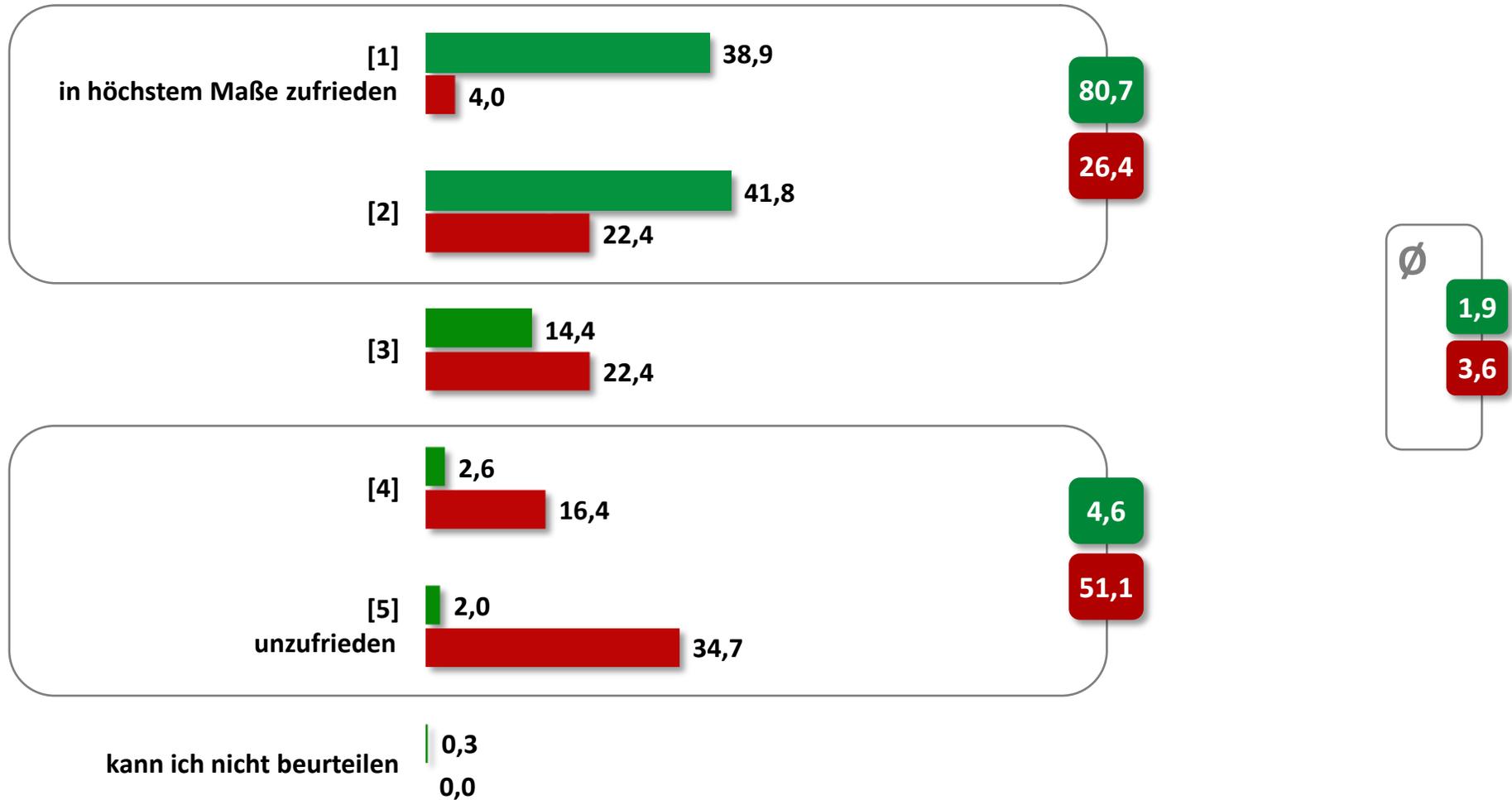
Frage 10.3: Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?





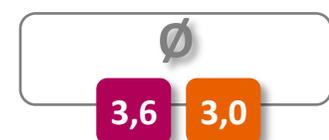
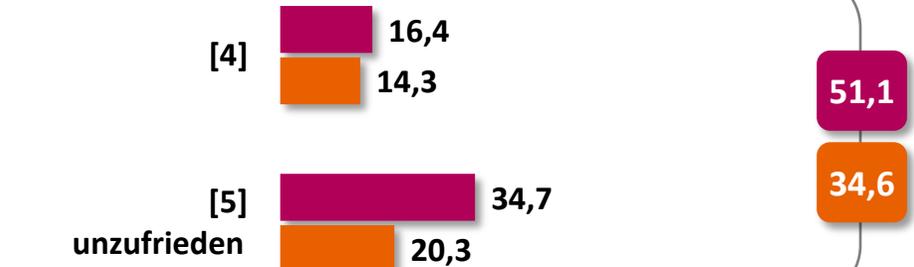
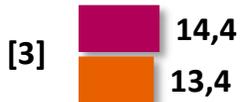
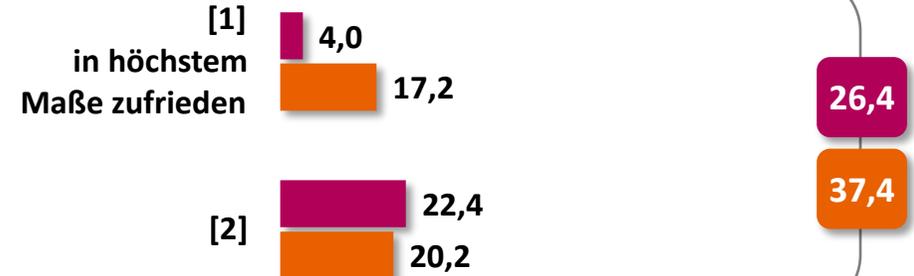
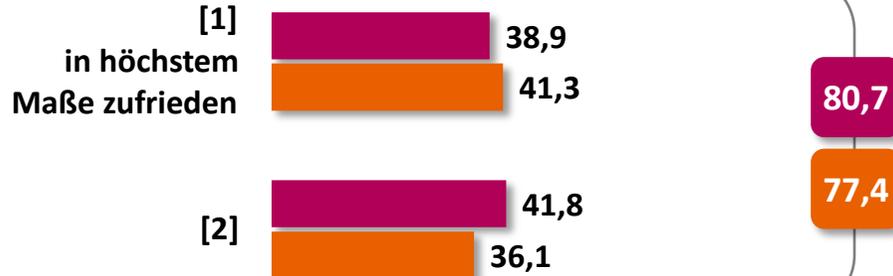
Frage 10.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?





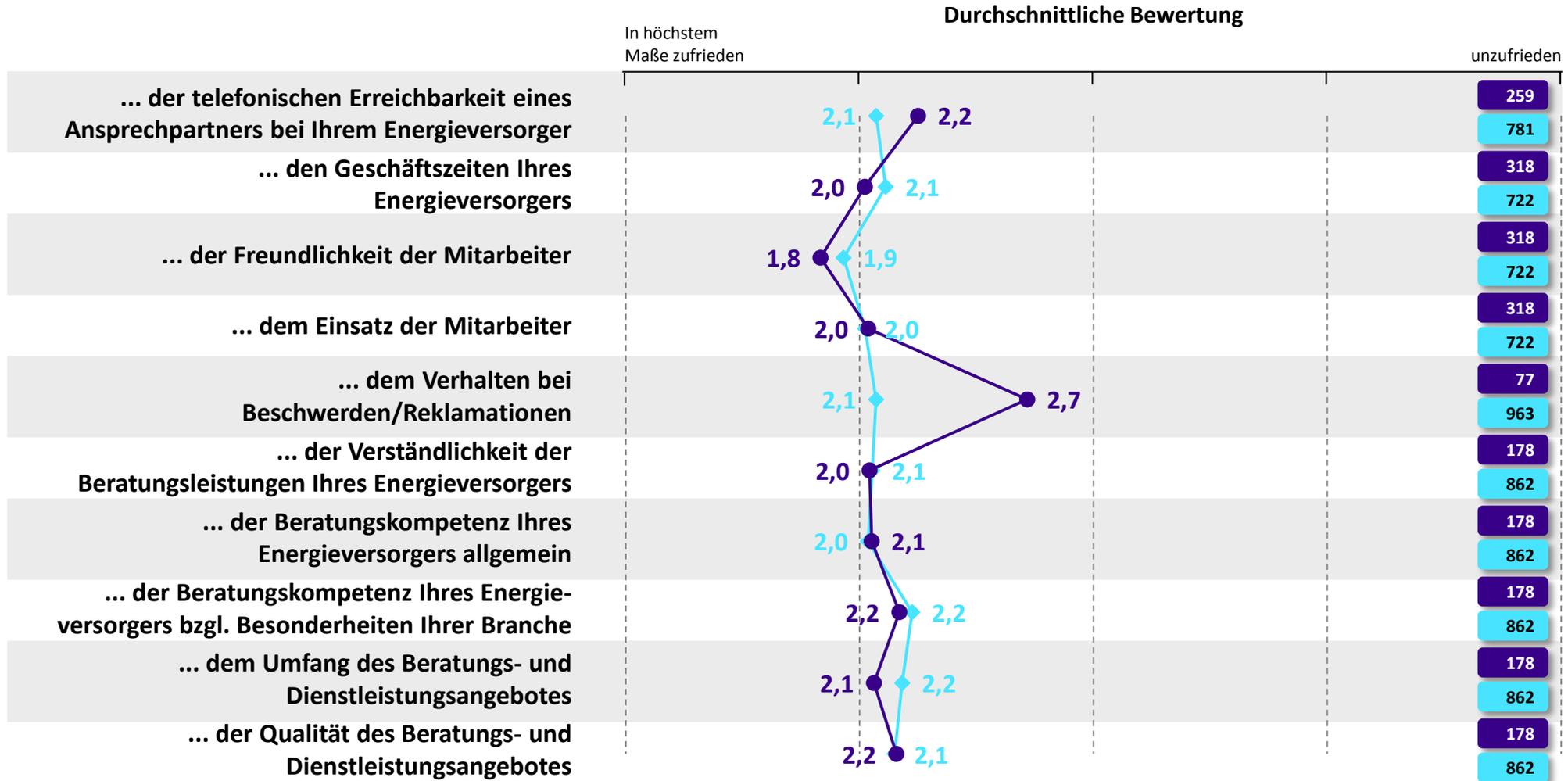
Anfrage/anderer Grund

Beschwerde



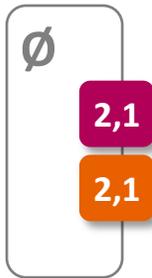
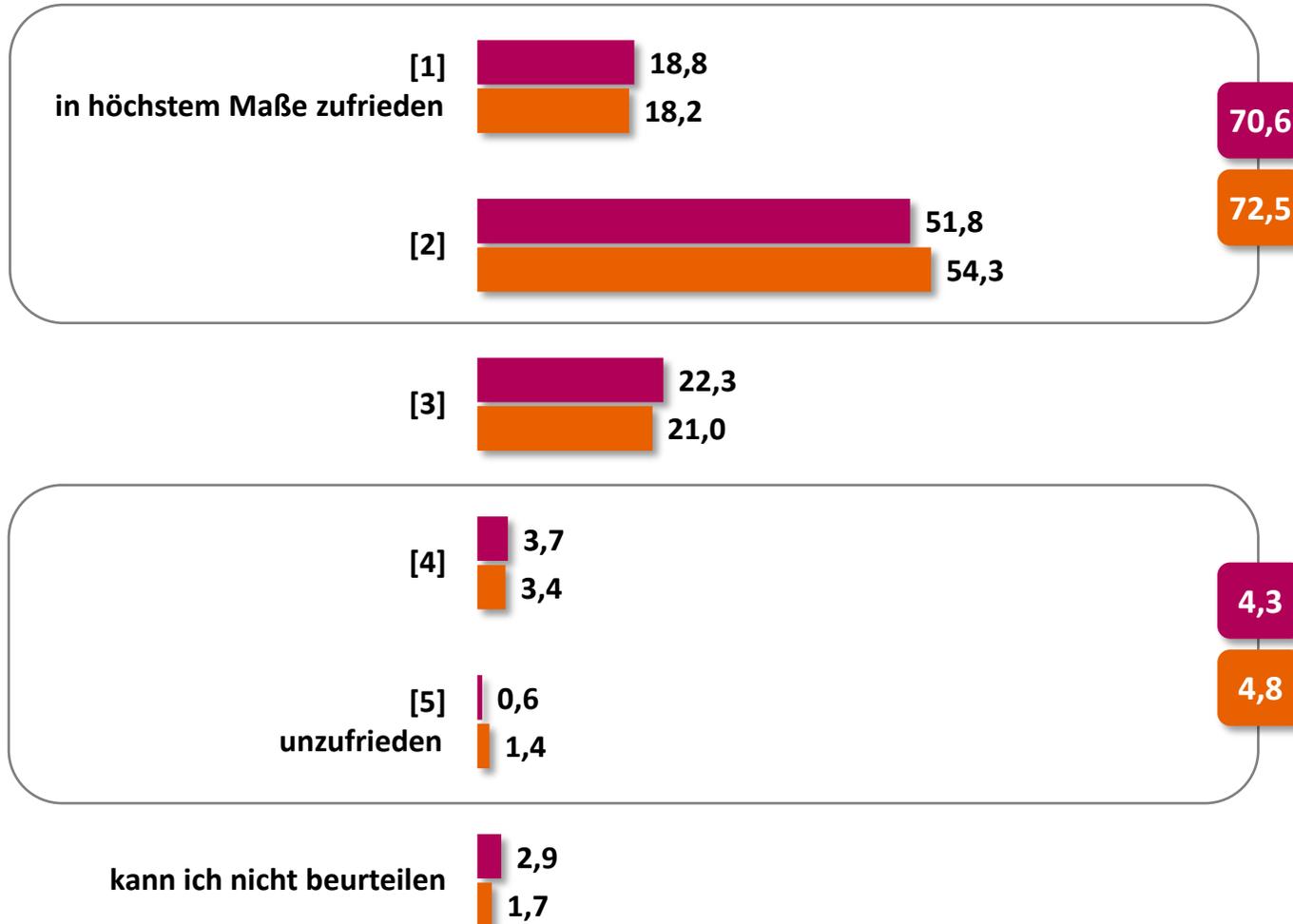
Frage 10.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

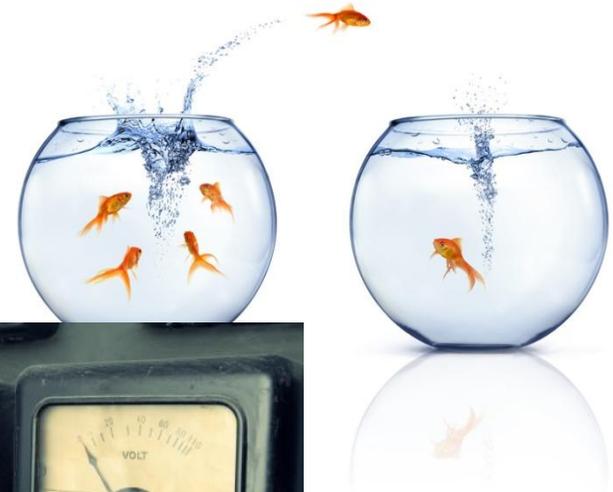
Angaben in %



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

Durchschnittswerte



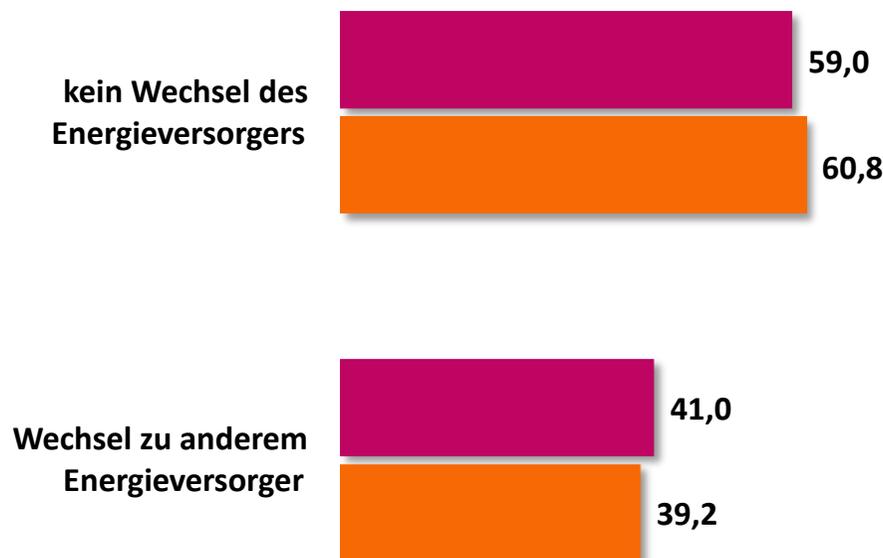


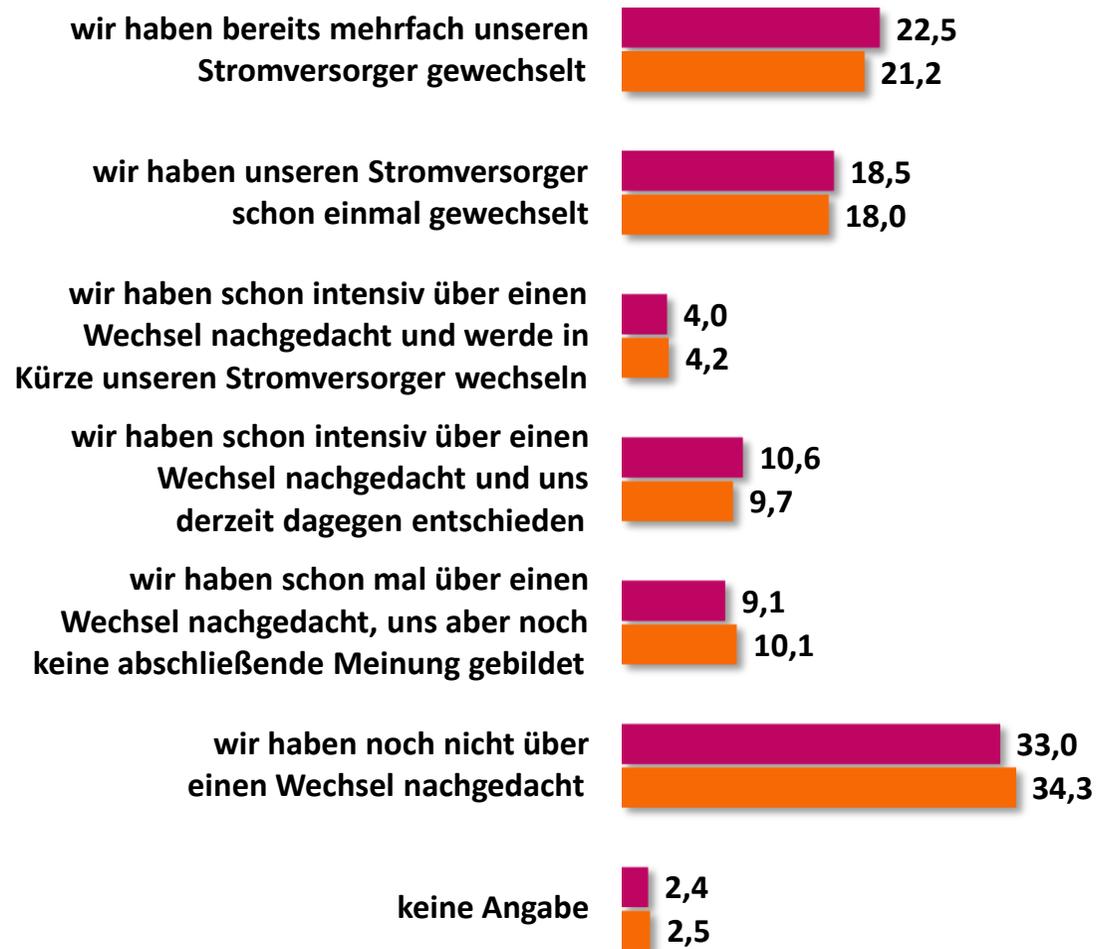
Zur Ermittlung der exakten Wechselquote werden neben der Frage nach einem bereits erfolgten Versorgerwechsel verschiedene Kontrollfragen gestellt, da Kunden häufig einen Tarif-, Vertrags- oder Markenwechsel irrtümlich mit einem tatsächlichen Wechsel des Energieversorgers gleichsetzen. Die Kontrollfragen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

- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

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

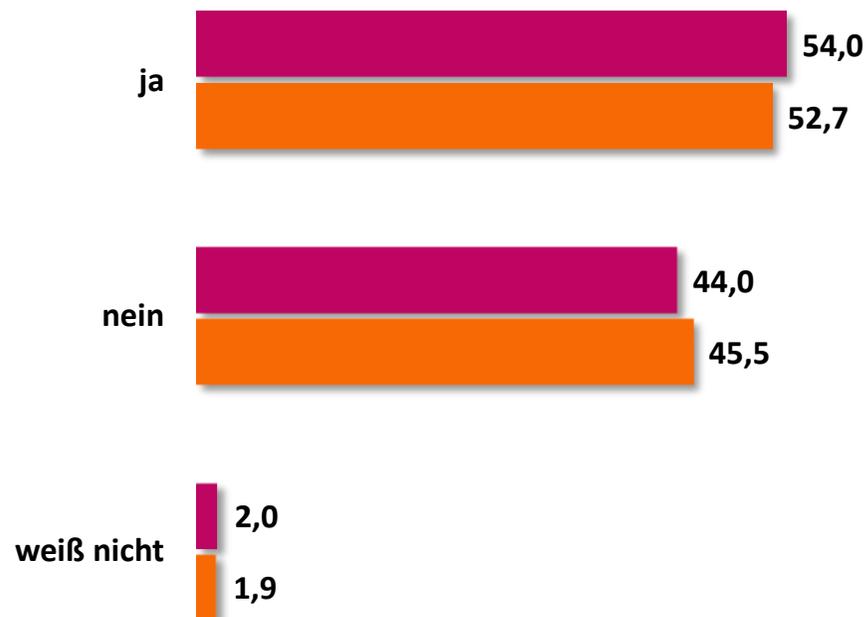
Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:





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

Angaben in %



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

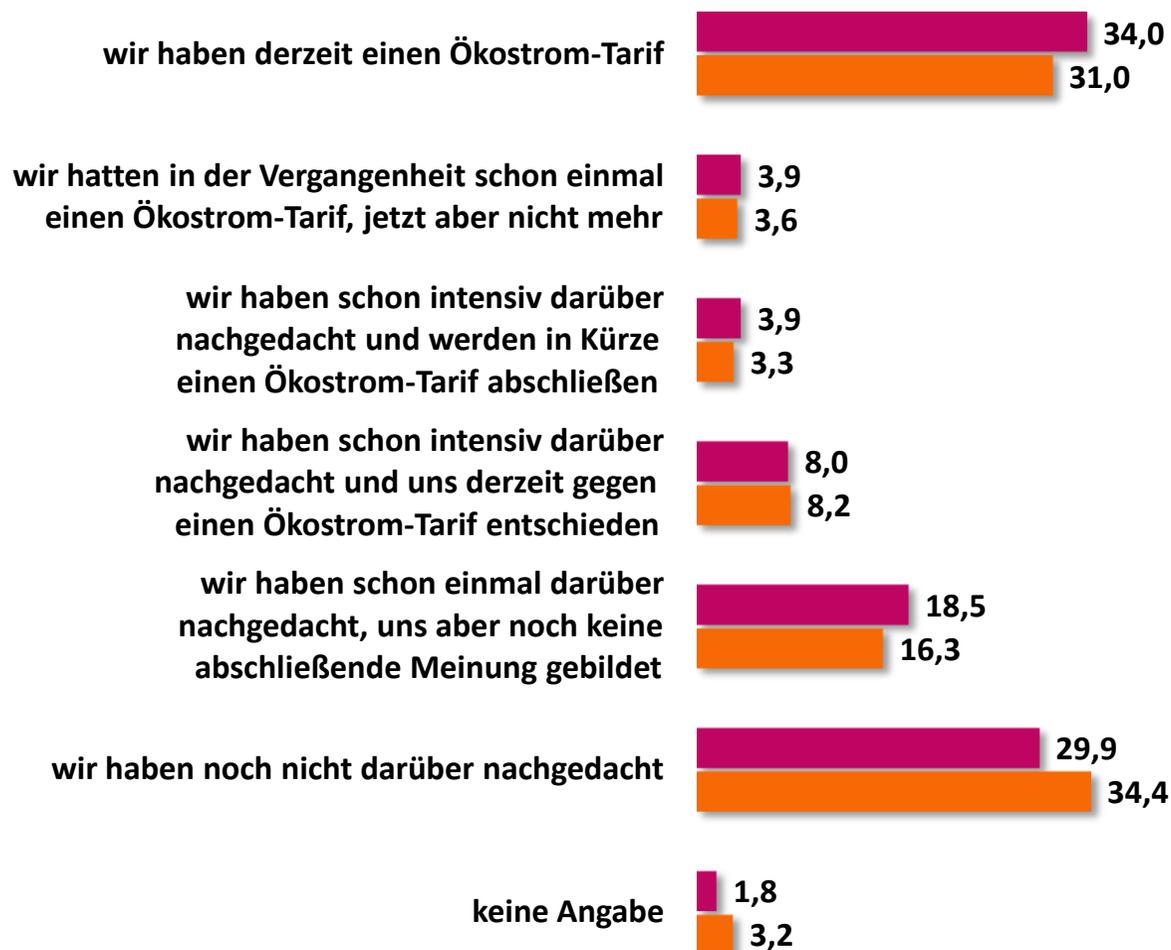
	Mehrfach- wechsler	Einfachwechsler	Zukünftige Wechsler	Wechsel- ablehner	Wechsel- unschlüssige	Wechsel- uninteressierte
Tarifwechsel	46,2 (n = 108)	52,2 (n = 101)	93,6 (n = 39)	79,9 (n = 88)	63,5 (n = 60)	46,9 (n = 161)
kein Tarifwechsel	53,8 (n = 126)	46,9 (n = 90)	6,0 (n = 2)	20,0 (n = 22)	31,9 (n = 30)	52,7 (n = 181)

An 100 fehlende Prozent: weiß nicht/keine Angabe

auffällige Unterschiede

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

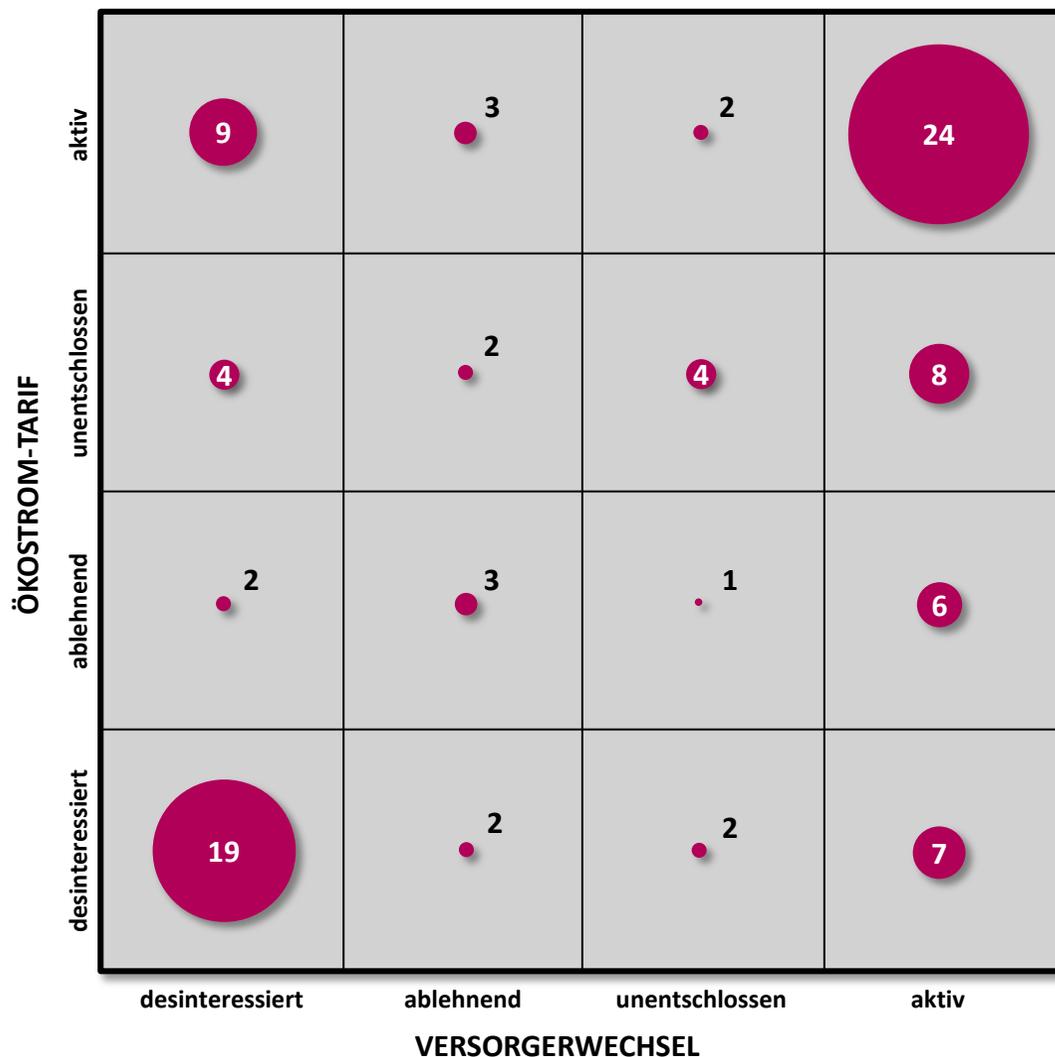
Angaben in %



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

Angaben in %

Gegenüberstellung des Versorgerwechsels und der Wahl eines Ökostrom-Tarifs



- 9% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber einen Ökostrom-Tarif abgeschlossen
- 6% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber über den Wechsel in einen Ökostrom-Tarif nachgedacht
- 7% sind bezüglich eines Versorgerwechsels bereits aktiv geworden, haben sich aber nicht mit einem Ökostrom-Tarif befasst
- 19% haben sich bisher weder mit einem Versorgerwechsel noch mit einem Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif befasst

Definition der Gruppen:

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

Gründe für den Verbleib

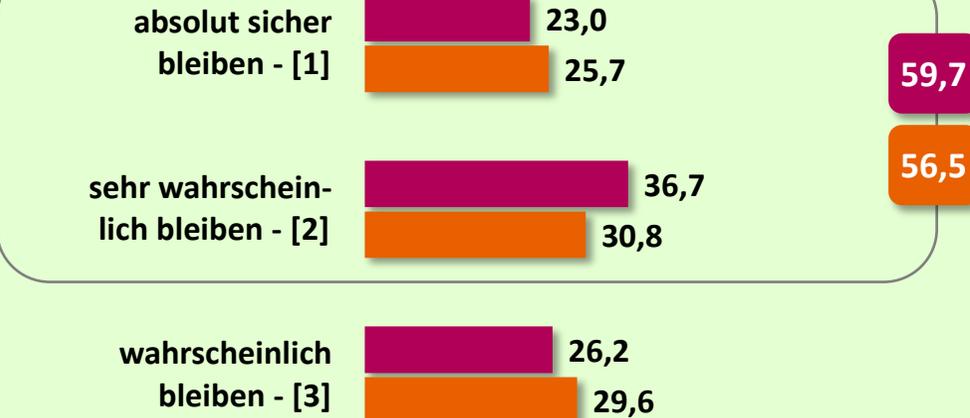
1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
2. günstiger Strompreis
3. regionaler Anbieter/vor Ort
4. kenne derzeit keine bessere Alternative
5. guter Service des bisherigen Anbieter

n = 894

Gründe für den Wechsel

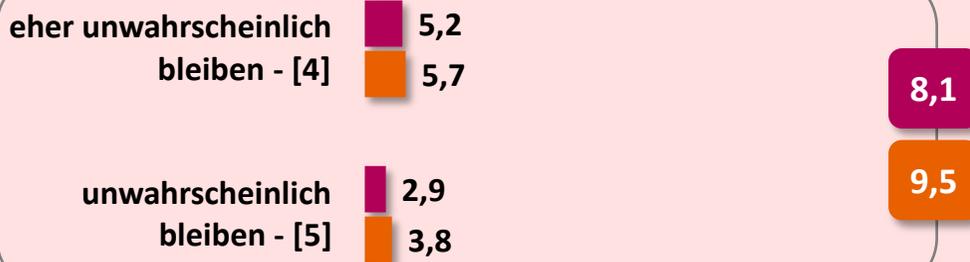
1. Strompreis
2. schlechter Service
3. Beitrag zum Klimaschutz

n = 85



59,7

56,5



8,1

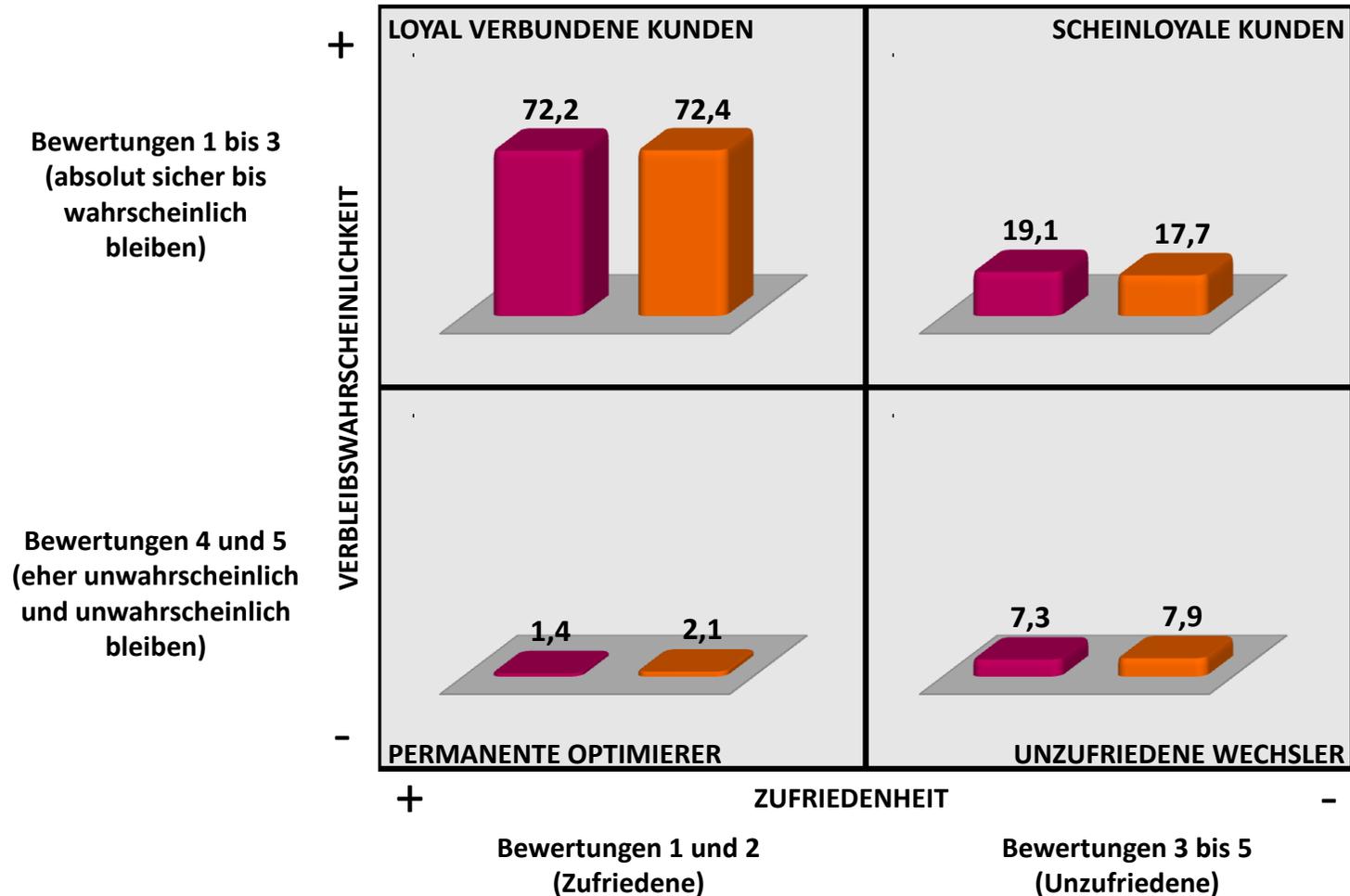
9,5

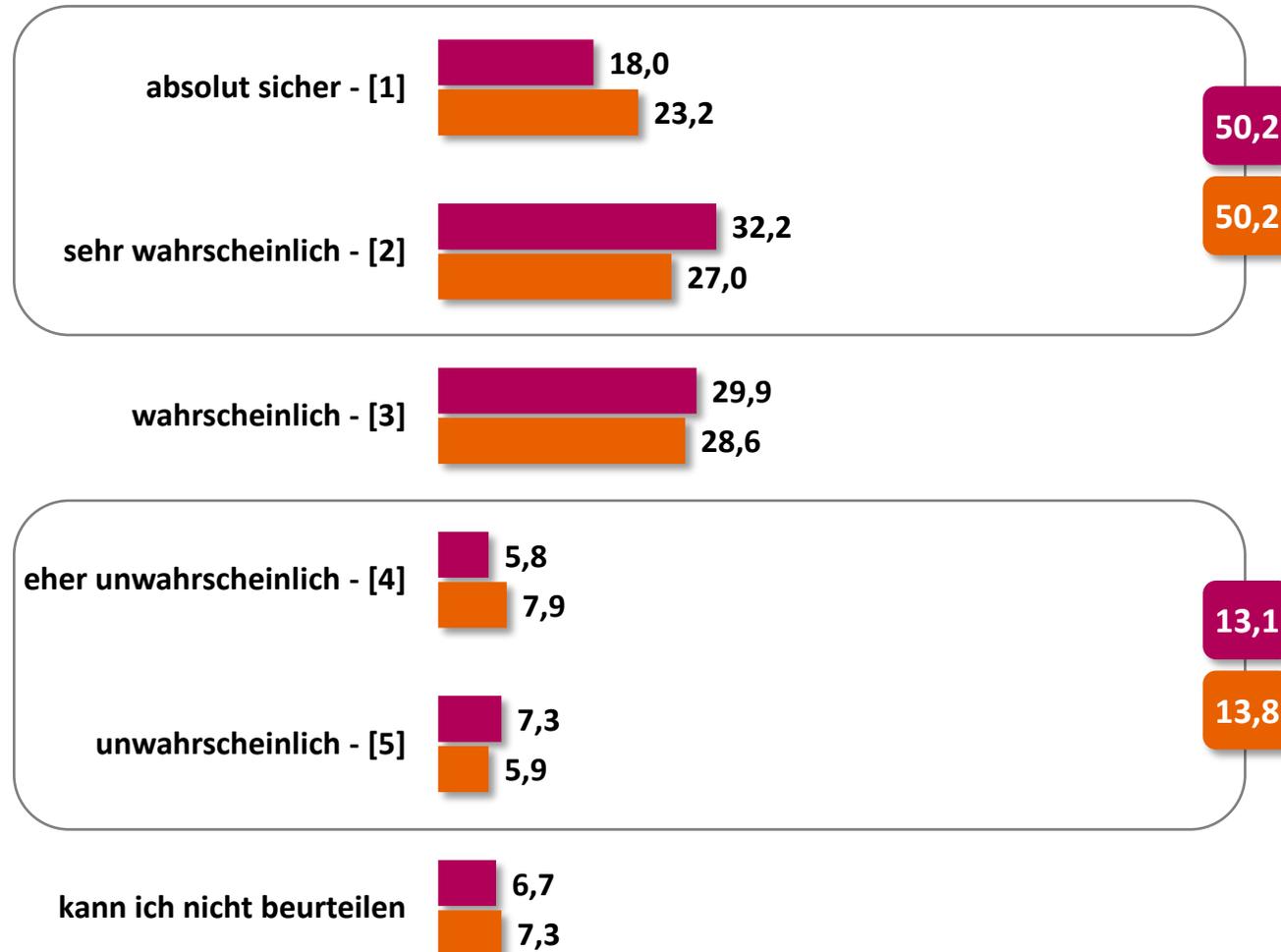


Frage 14: Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Stromversorger bleiben? Werden Sie ...?

Angaben in %

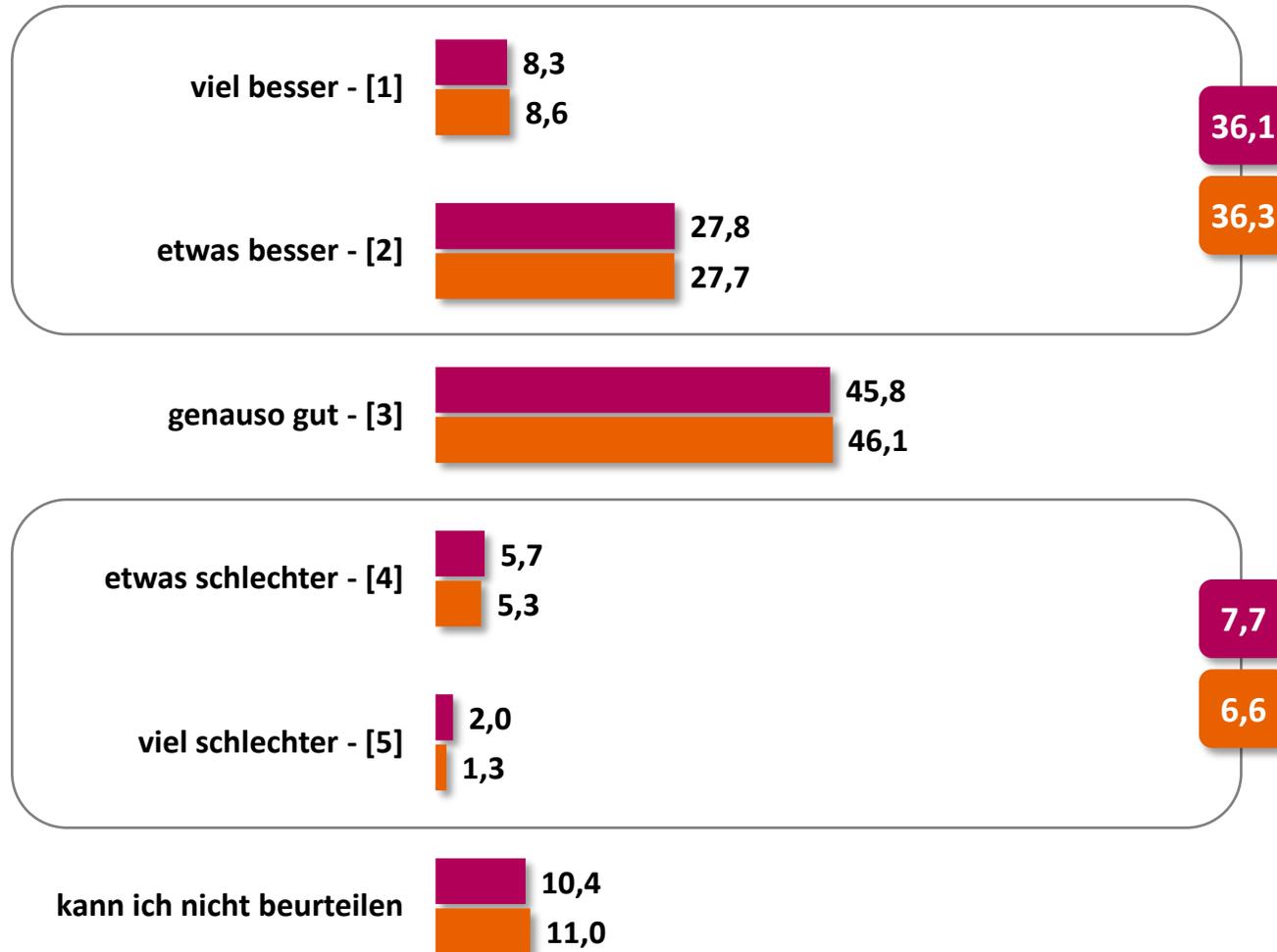
Anhand der Gesamtzufriedenheit und der Wahrscheinlichkeit des Verbleibs können vier unterschiedlich stark gebundene Kundengruppen der Energieversorger abgeleitet werden.





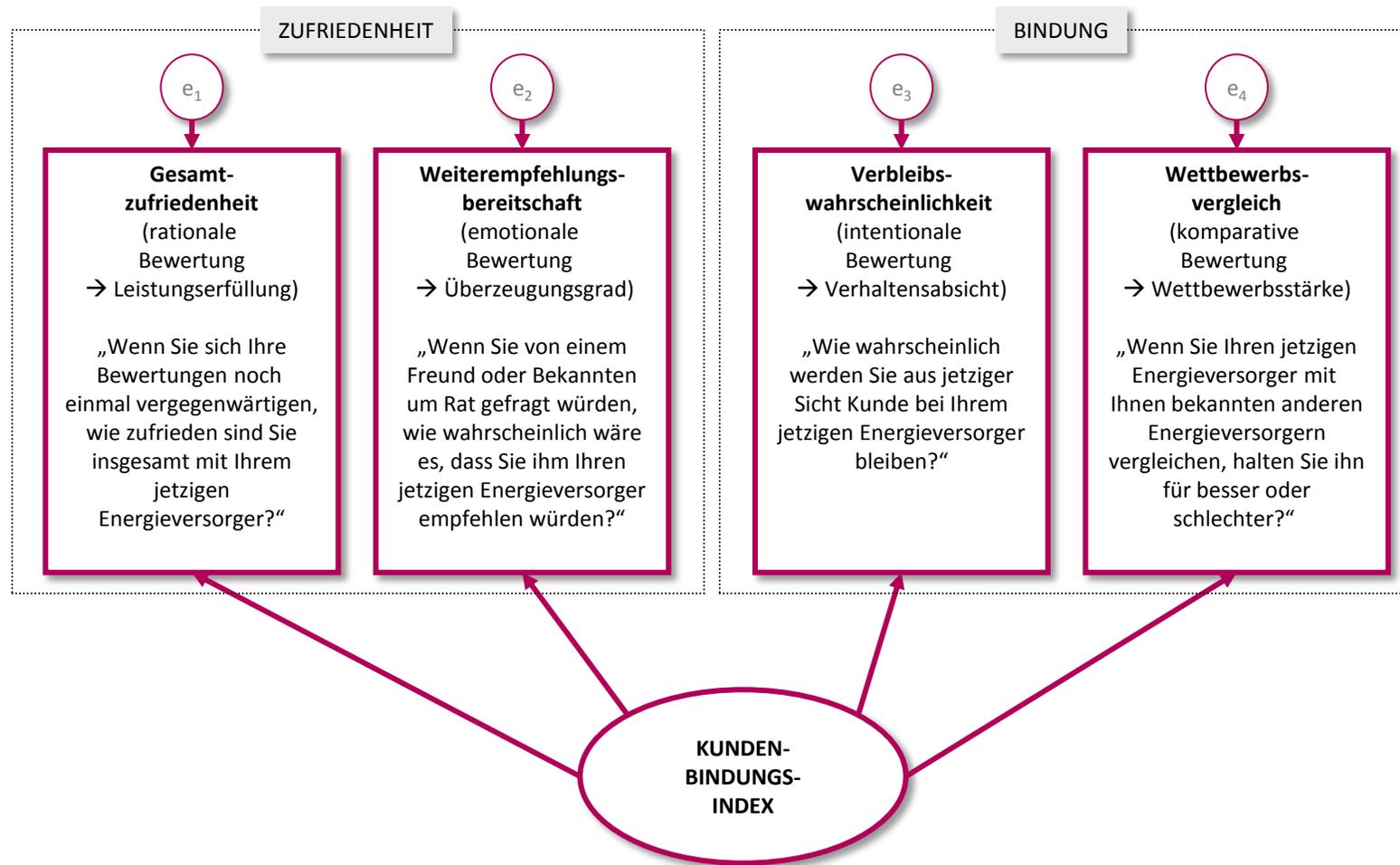
Frage 15: Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

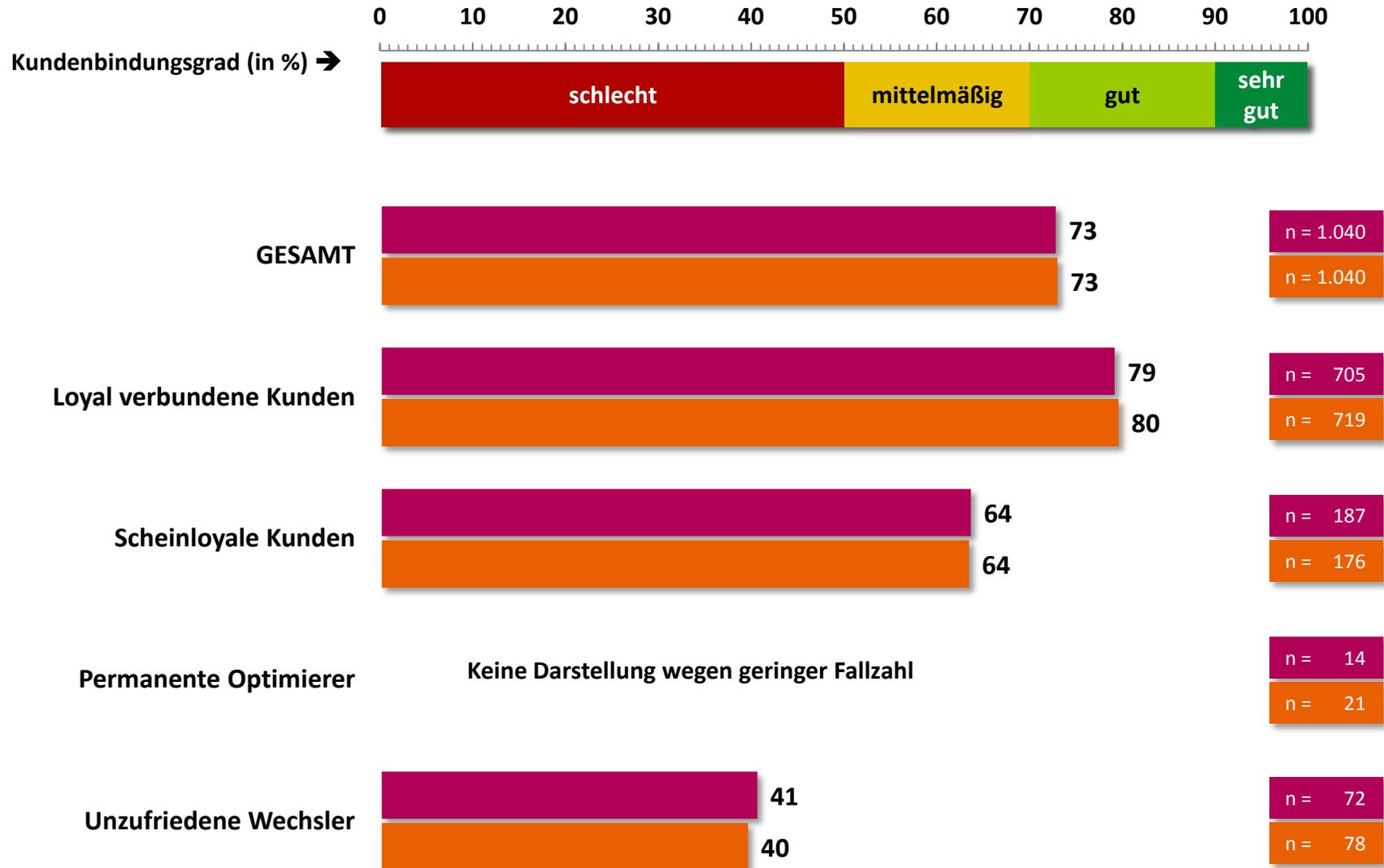
Angaben in %

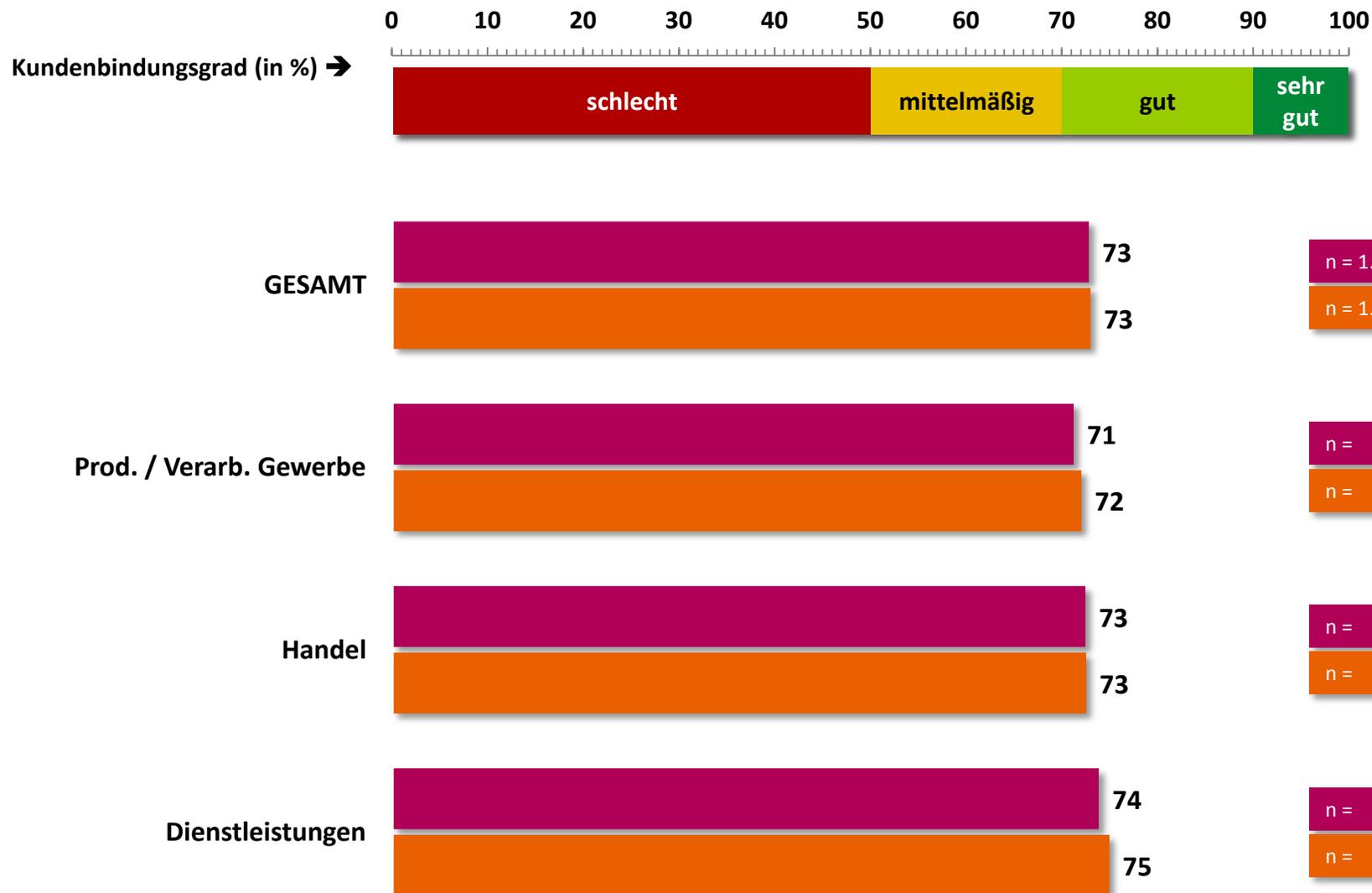


Der Kundenbindungsindex im Sinne eines Loyalitätsindex basiert auf der empirisch bestätigten Hypothese, **dass ein Kunde um so verbundener ist, je zufriedener er mit seinem Versorger ist, so zufrieden, dass er ihn auch jederzeit weiter empfehlen würde, von daher auch keinerlei Wechselabsichten hegt,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

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







Durchschnittliche Bewertung

In höchstem Maße zufrieden

unzufrieden

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

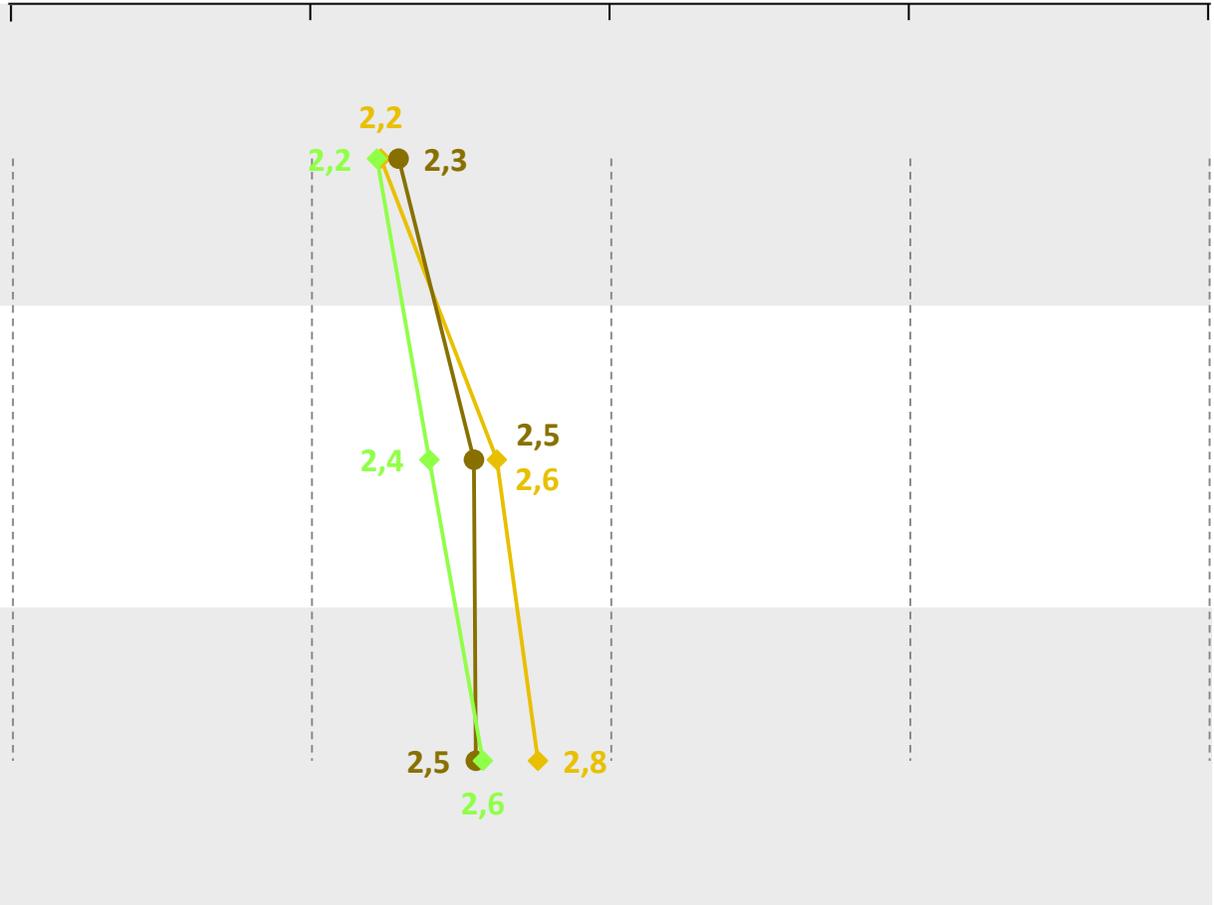
(Skala von 1 = „absolut sicher bleiben“ bis 5 = „unwahrscheinlich bleiben“)

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

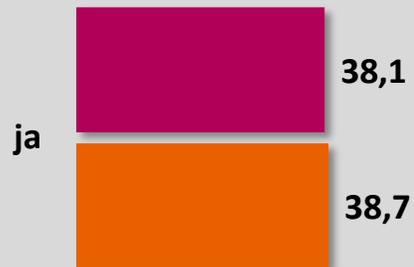
(Skala von 1 = „absolut sicher“ bis 5 = „unwahrscheinlich“)

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

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

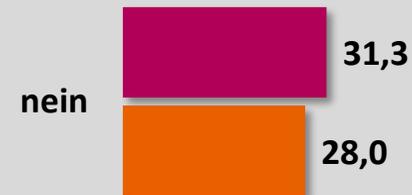
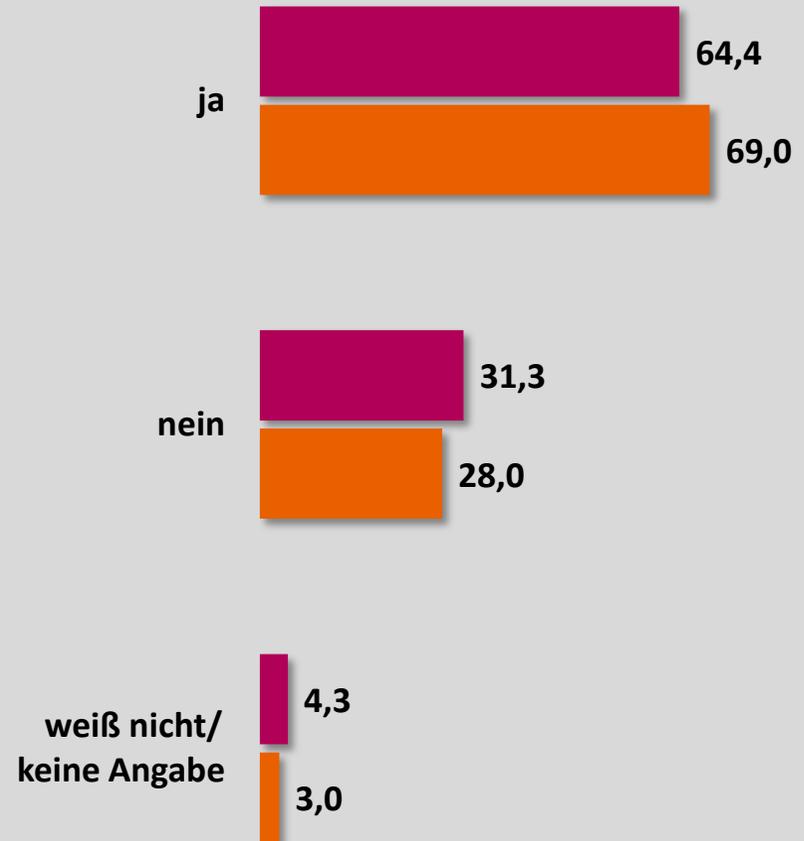






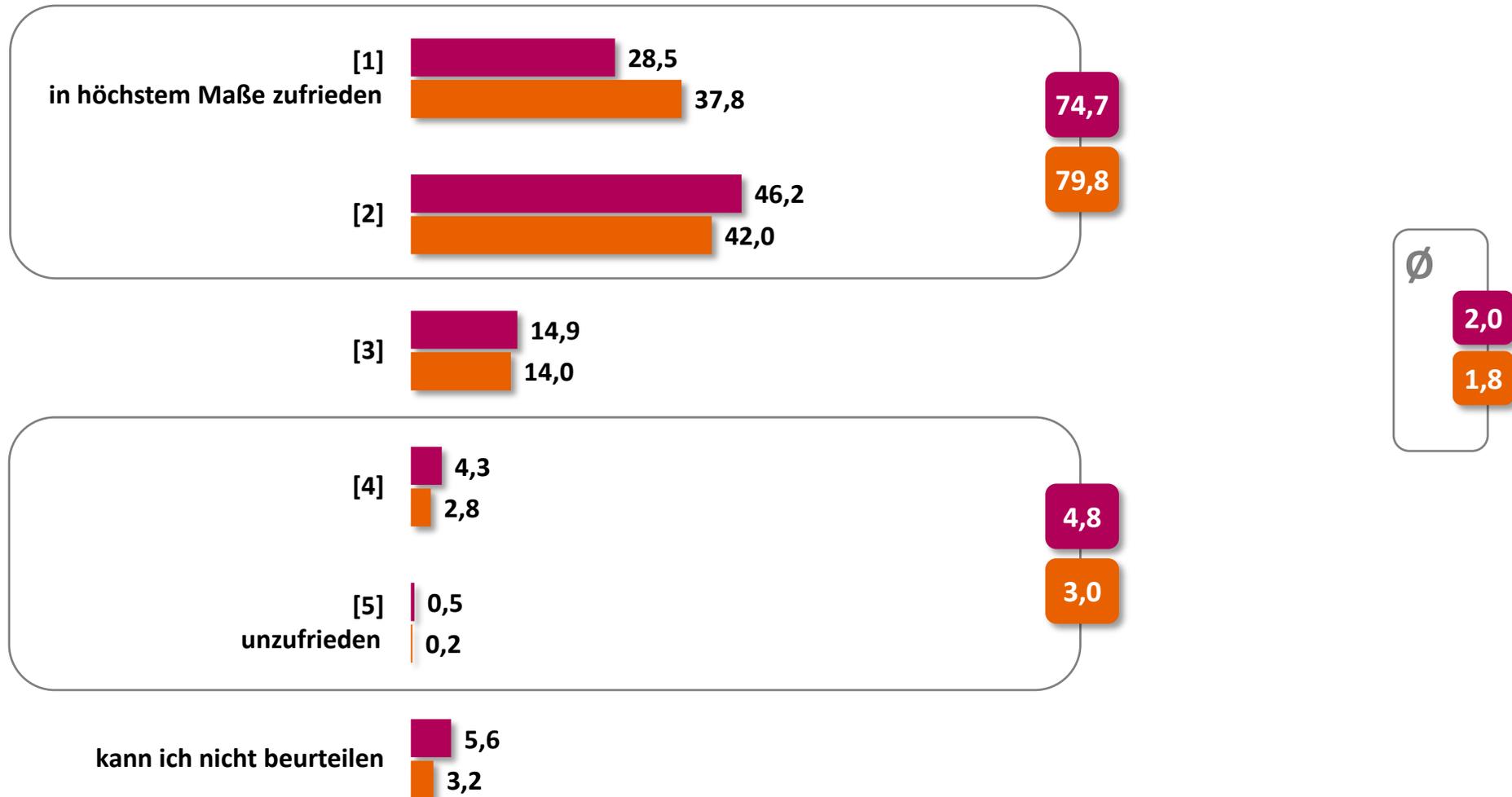
Frage GW1: Setzen Sie an Ihrem Betriebsstandort Erdgas zum Heizen der Gebäude ein oder nutzen Sie Erdgas für andere Prozesse?

■ Studie 2016 (n = 1.040) ■ Studie 2015 (n = 1.040)



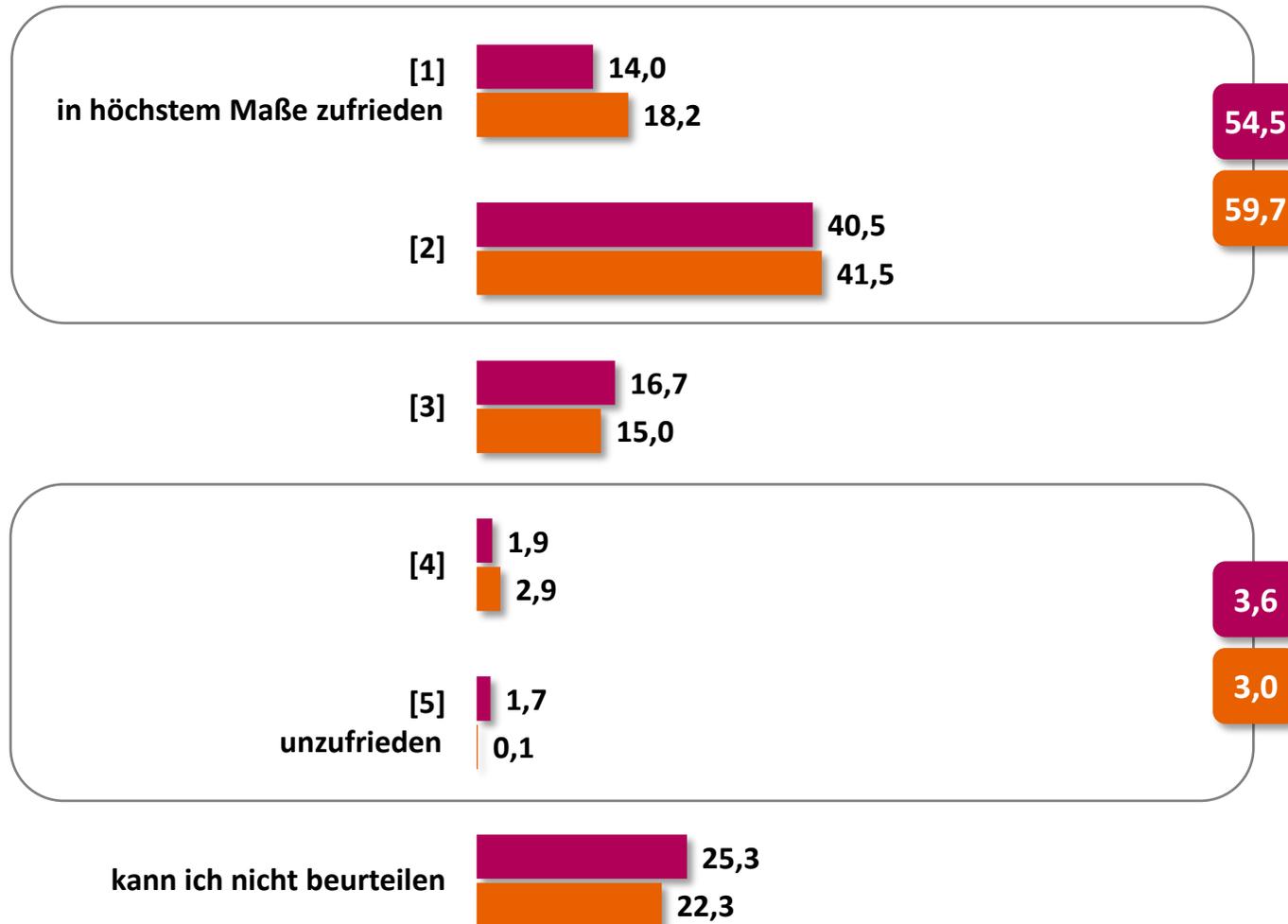
Frage SWI2: Bezieht Ihr Unternehmen Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?

■ Studie 2016 (n = 396) ■ Studie 2015 (n = 403)



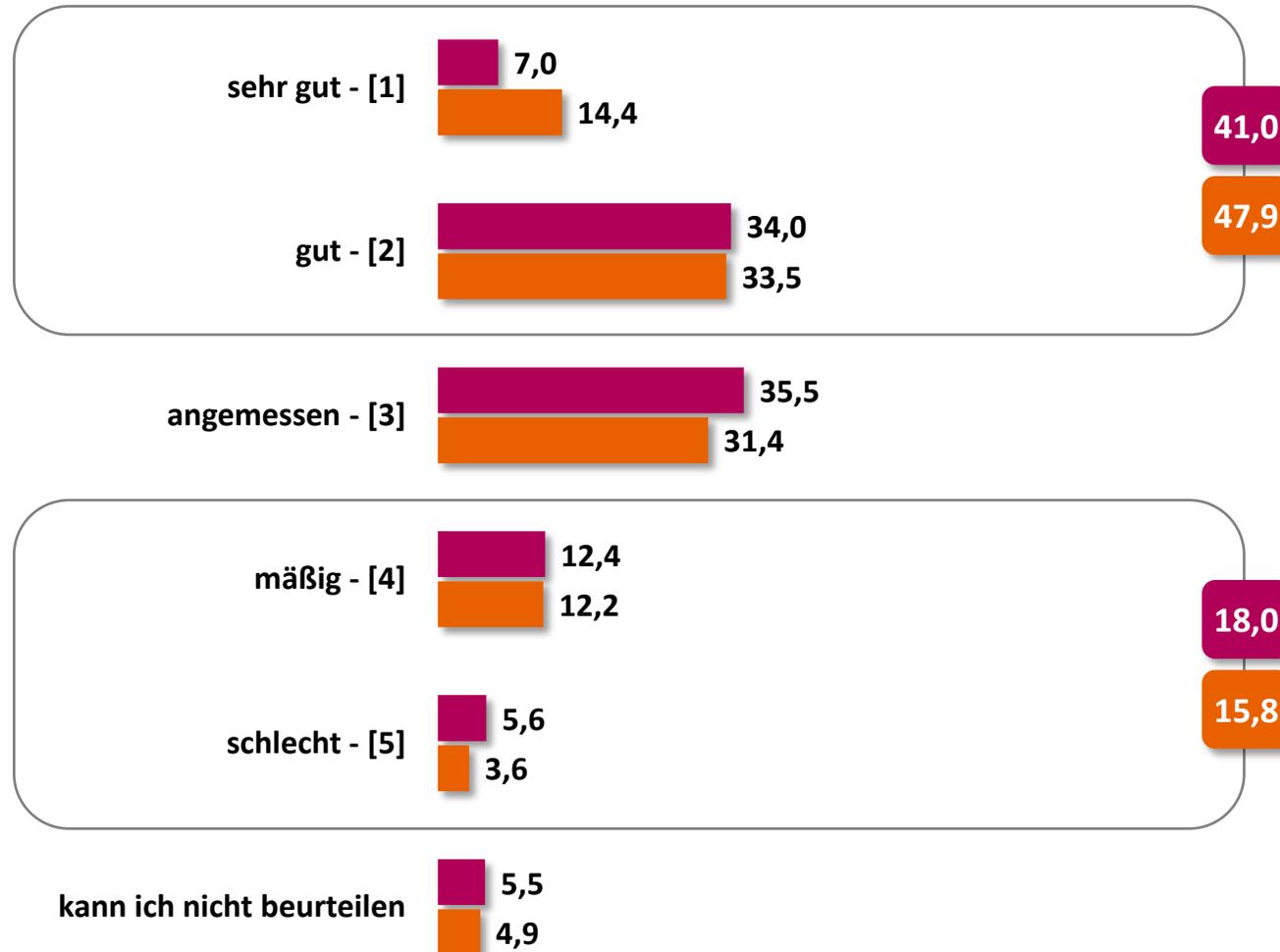
Frage 17: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger?

Angaben in %



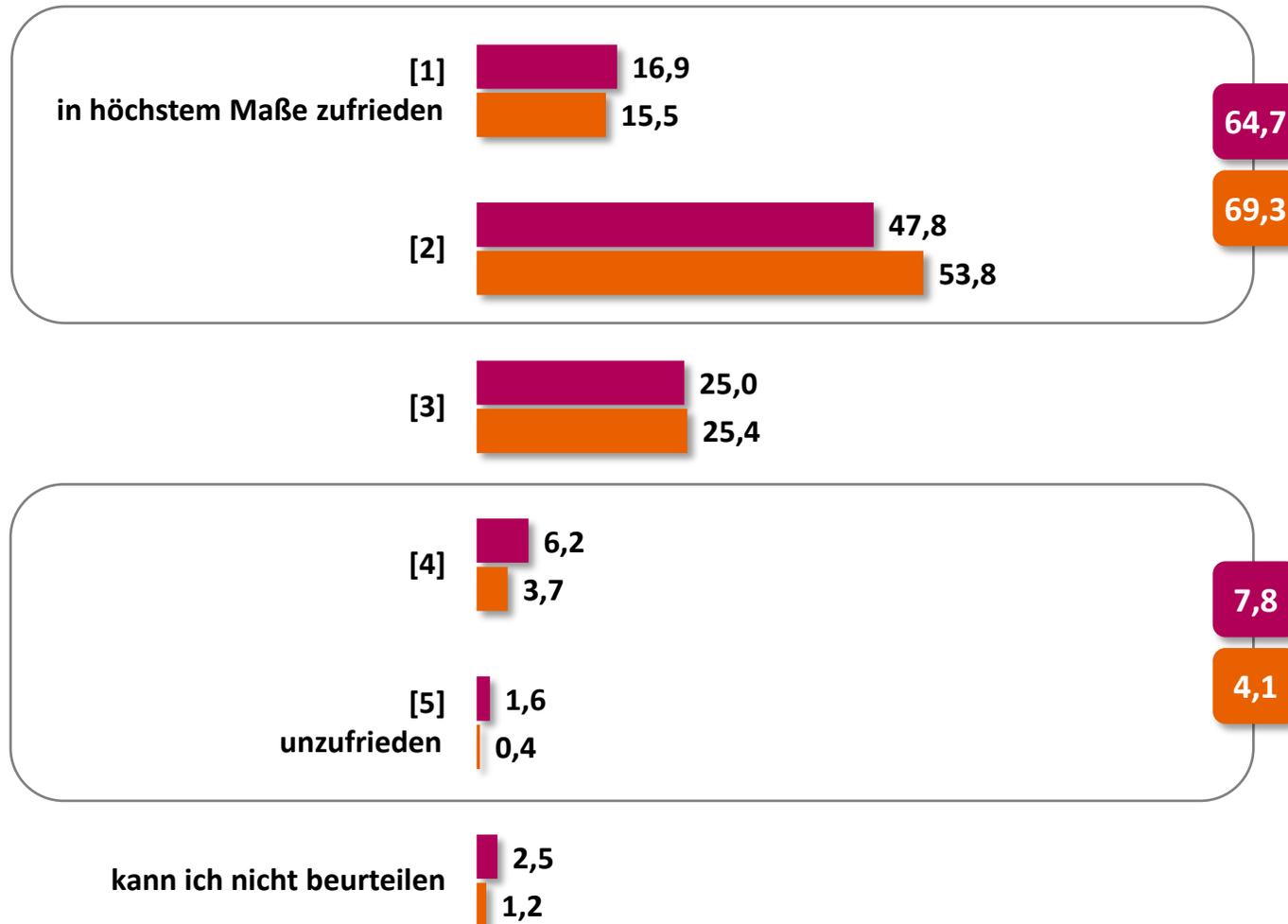
Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit der Umweltverträglichkeit des Erdgases bei Ihrem Erdgasversorger?

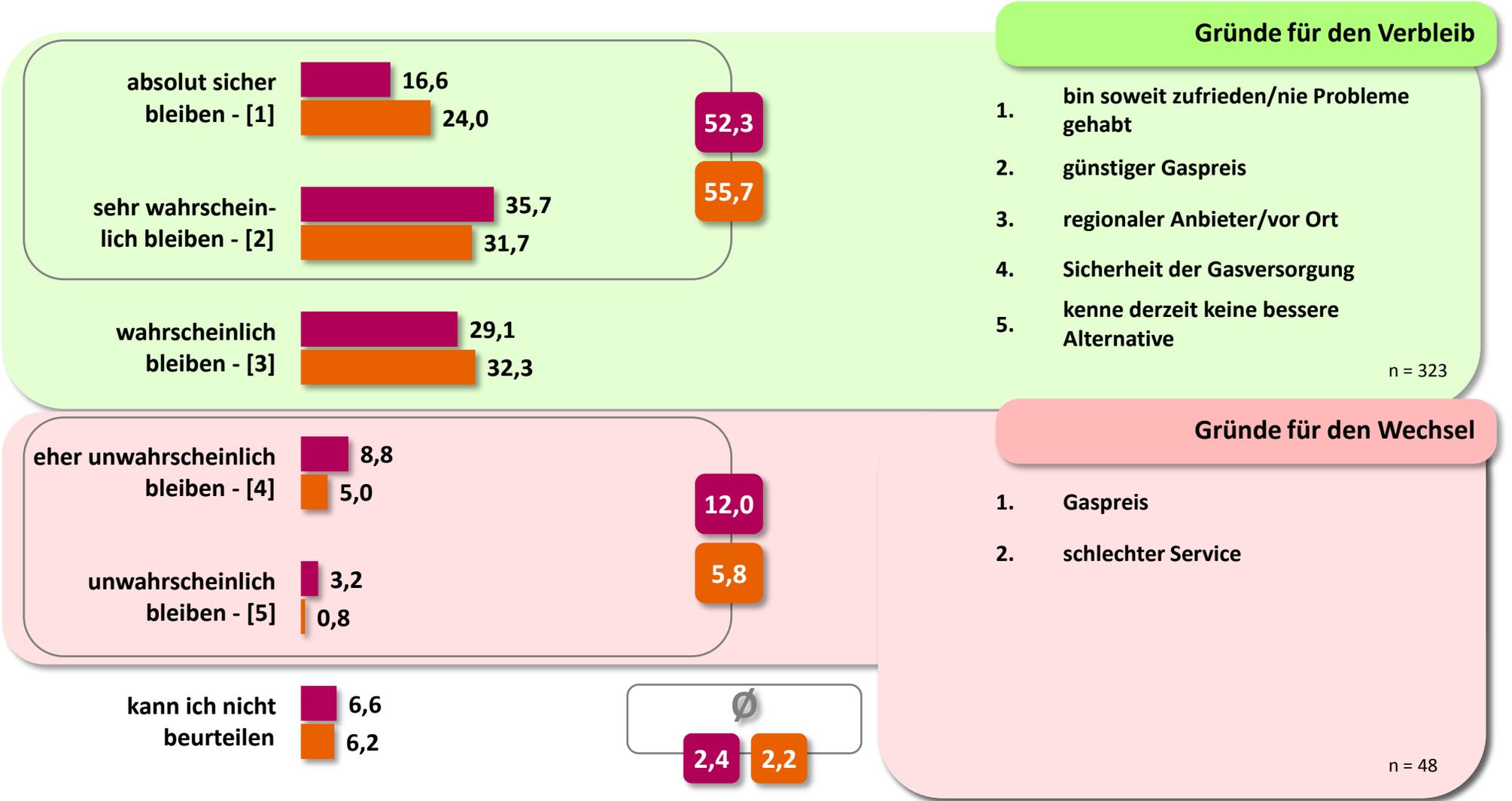
Angaben in %



Frage 19: Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Ihrer Sicht ...?

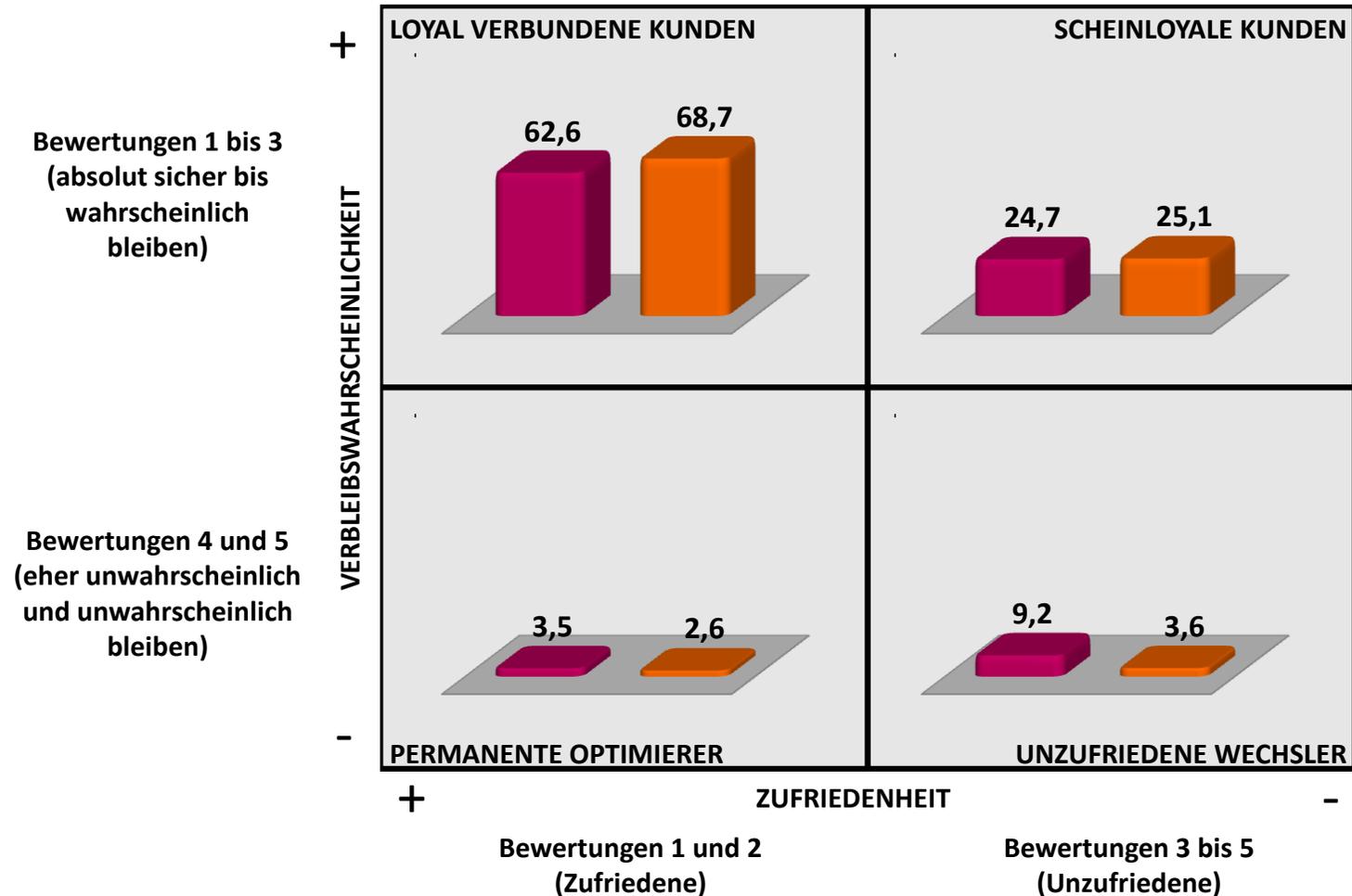
Angaben in %

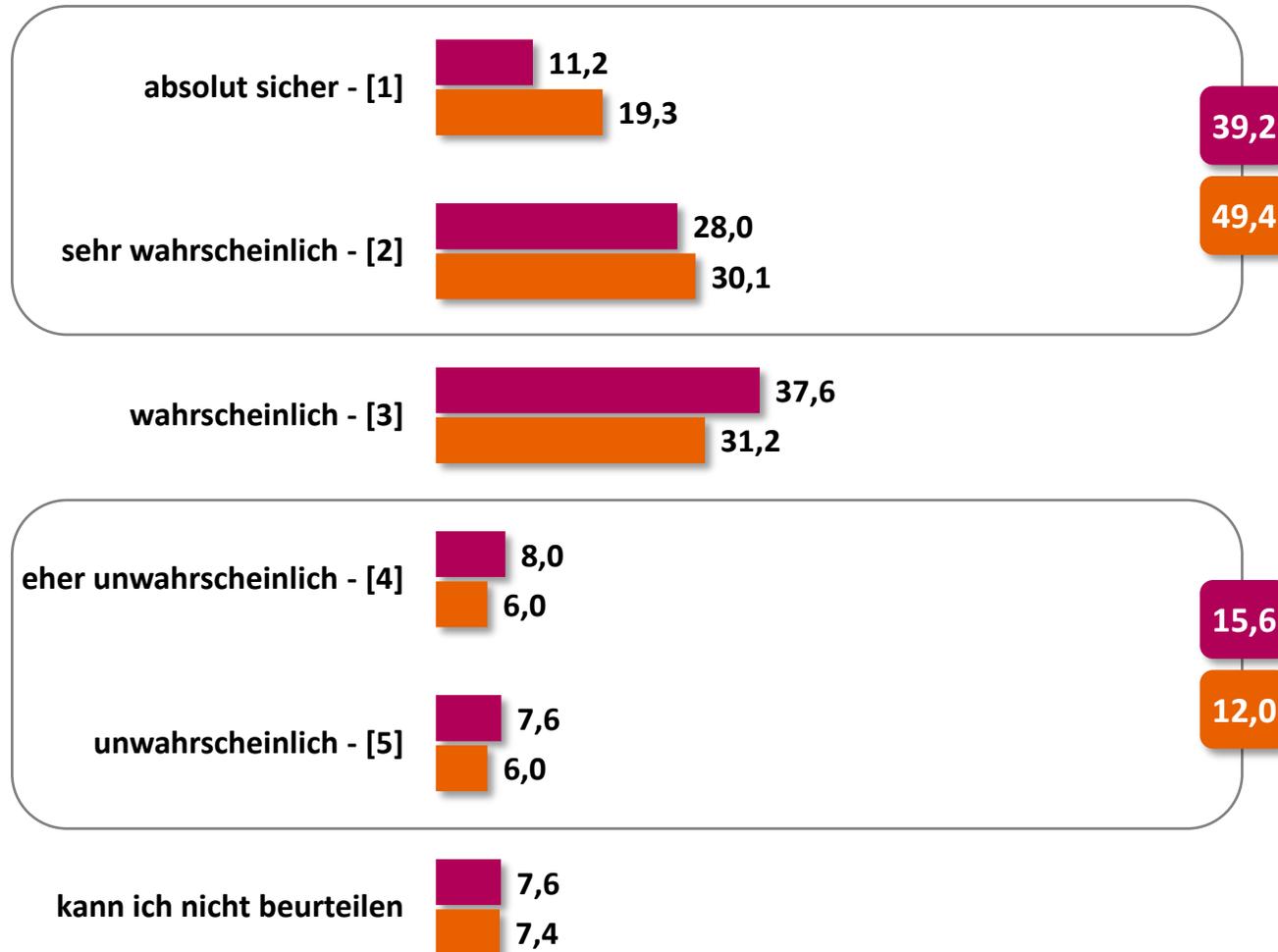




Frage 21: Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Erdgasversorger bleiben? Werden Sie ...?

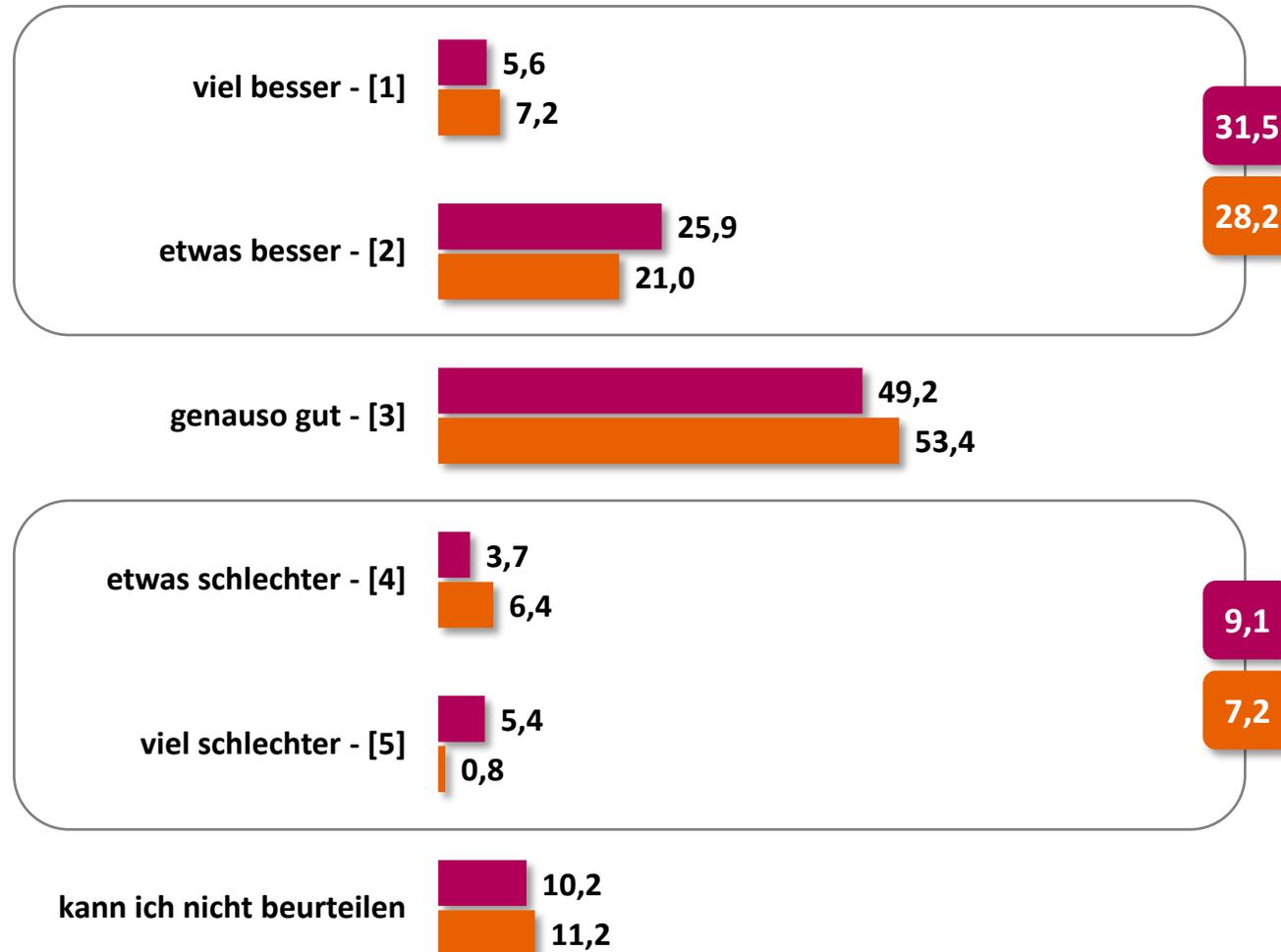
Anhand der Gesamtzufriedenheit und der Wahrscheinlichkeit des Verbleibs können vier unterschiedlich stark gebundene Kundengruppen der Energieversorger abgeleitet werden.

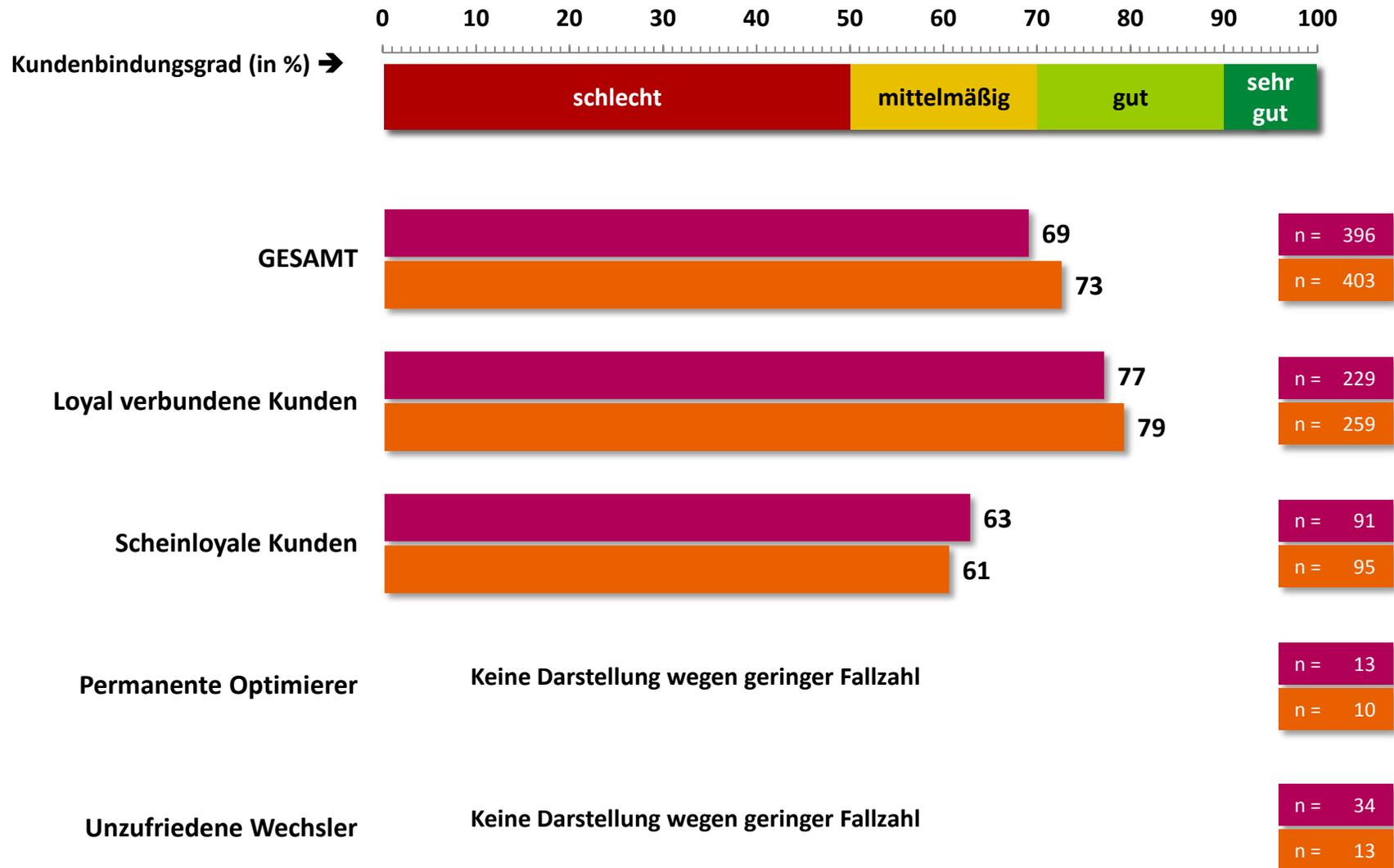


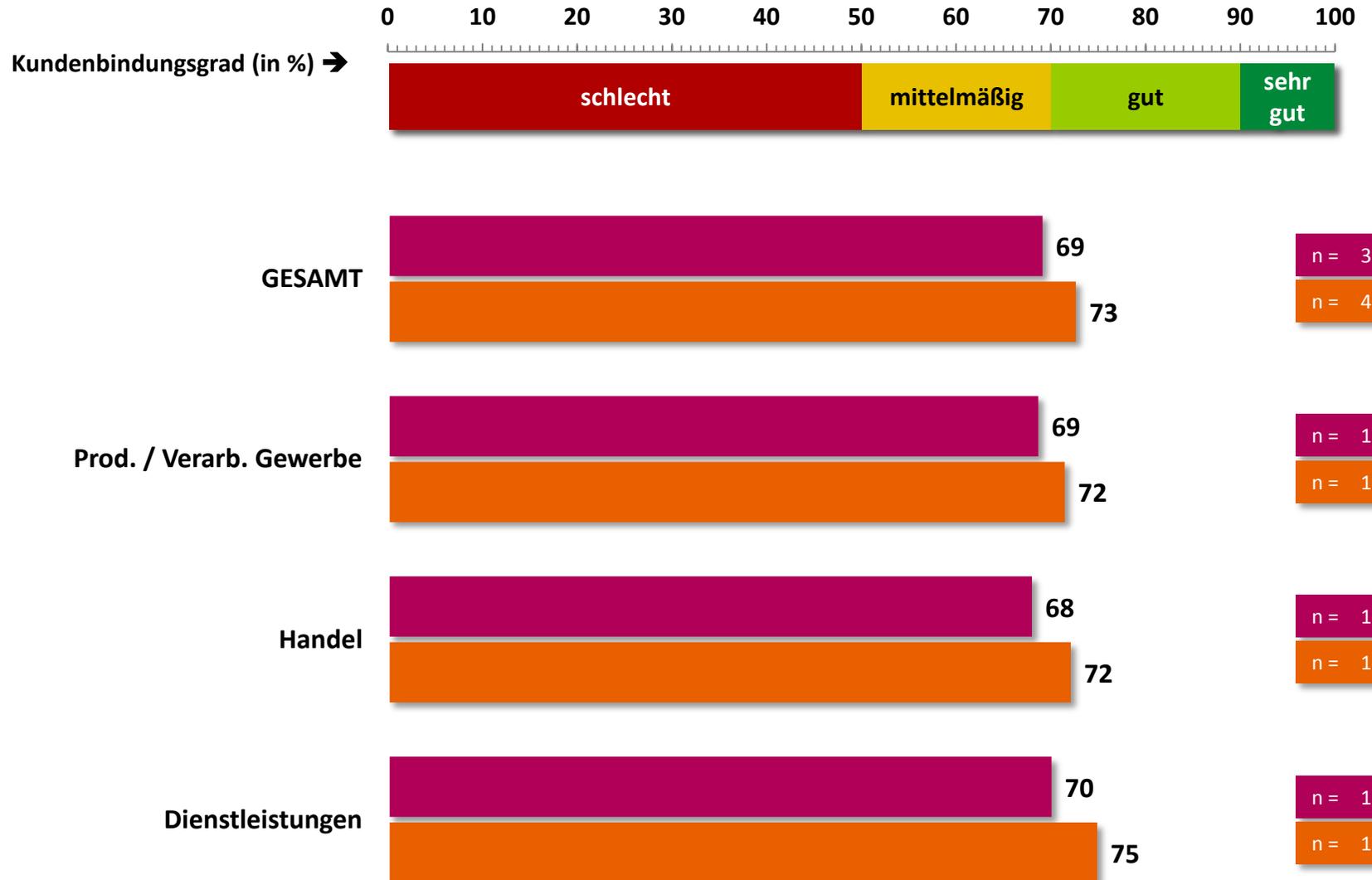


Frage 22: Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Angaben in %







Durchschnittliche Bewertung

In höchstem Maße zufrieden

unzufrieden

Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Erdgasversorger 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 Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

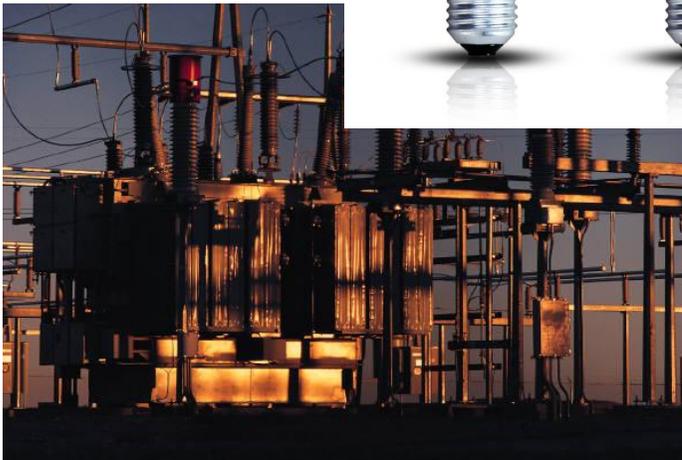
(Skala von 1 = „absolut sicher“ bis 5 = „unwahrscheinlich“)

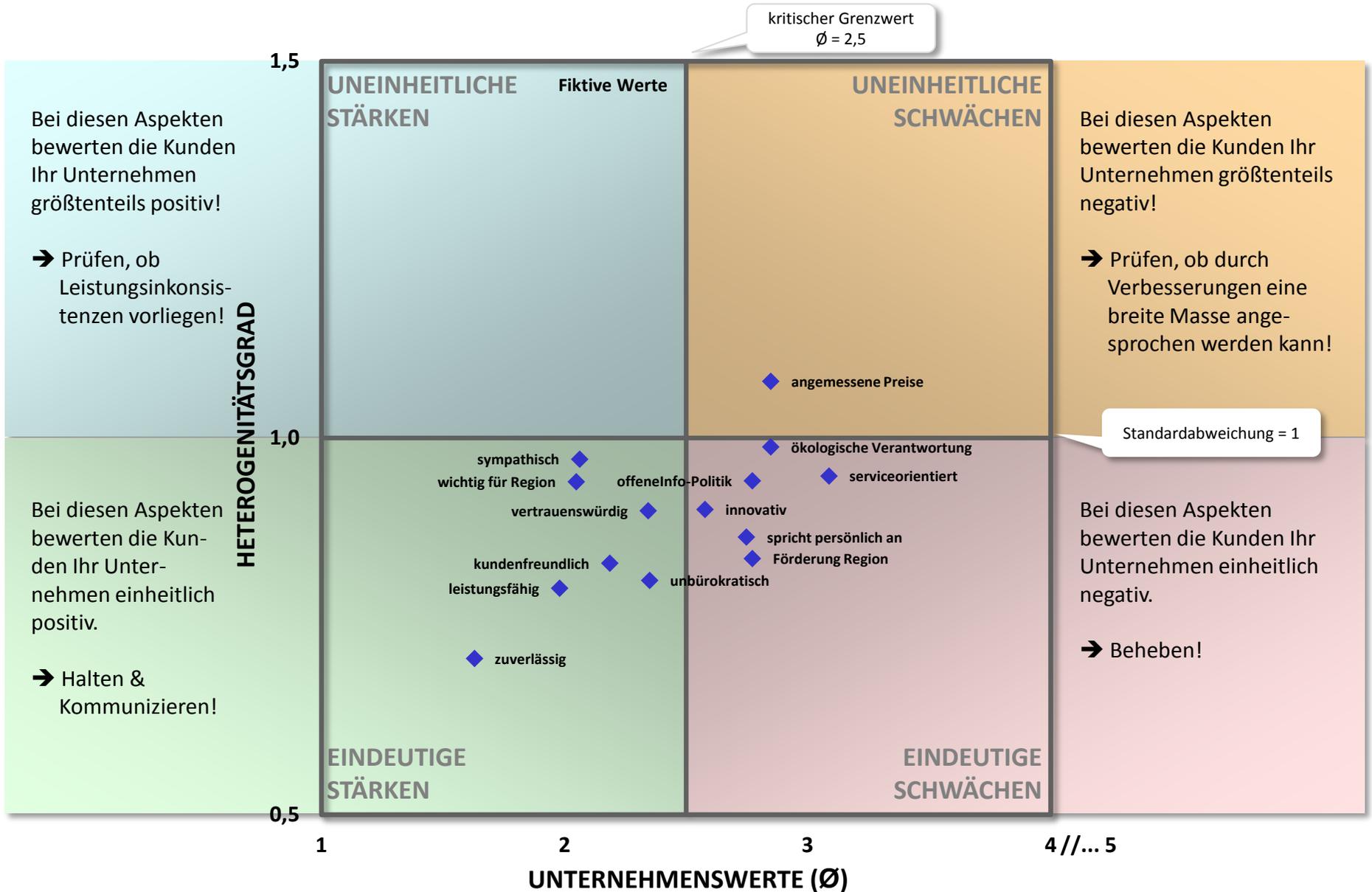


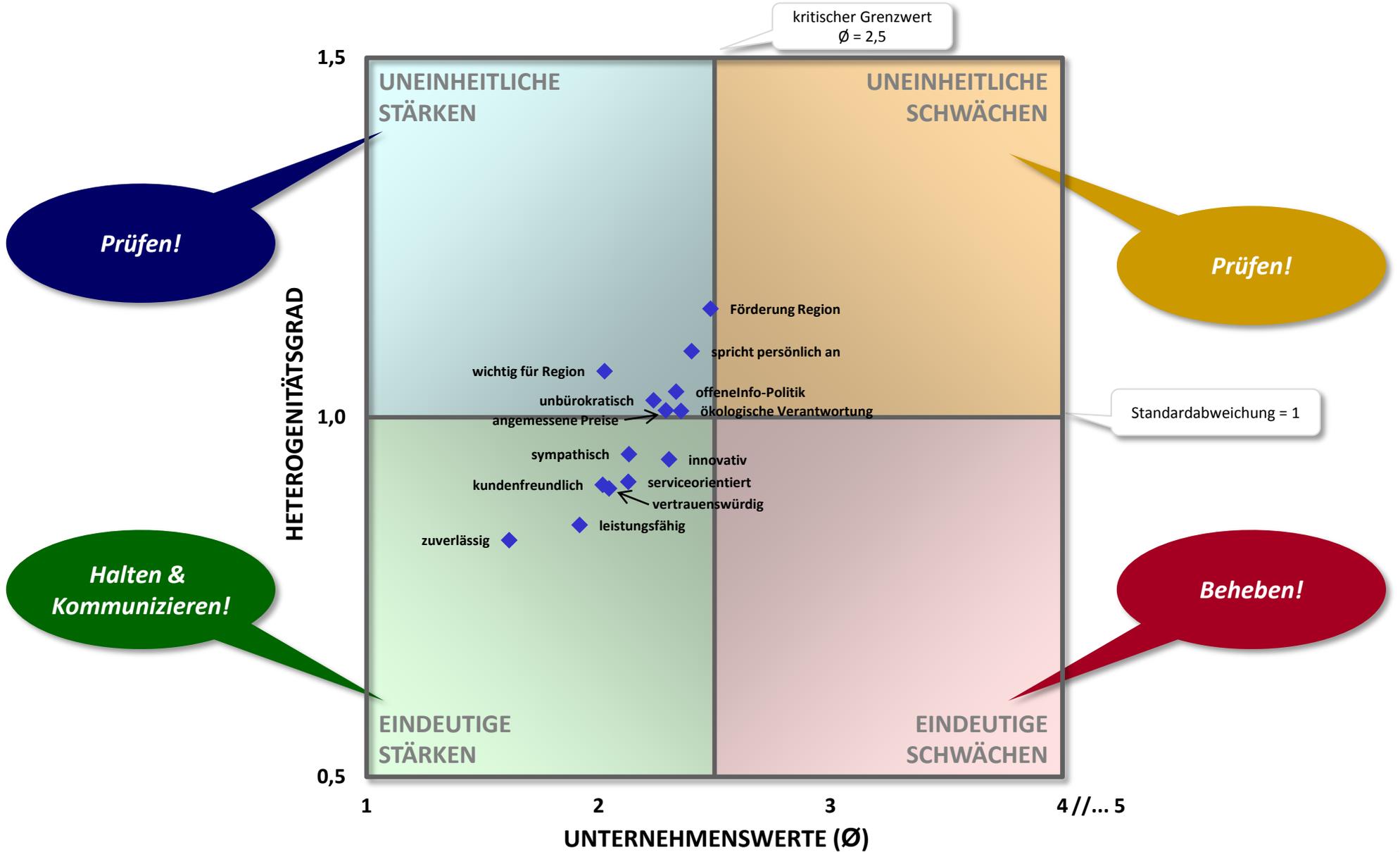
Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

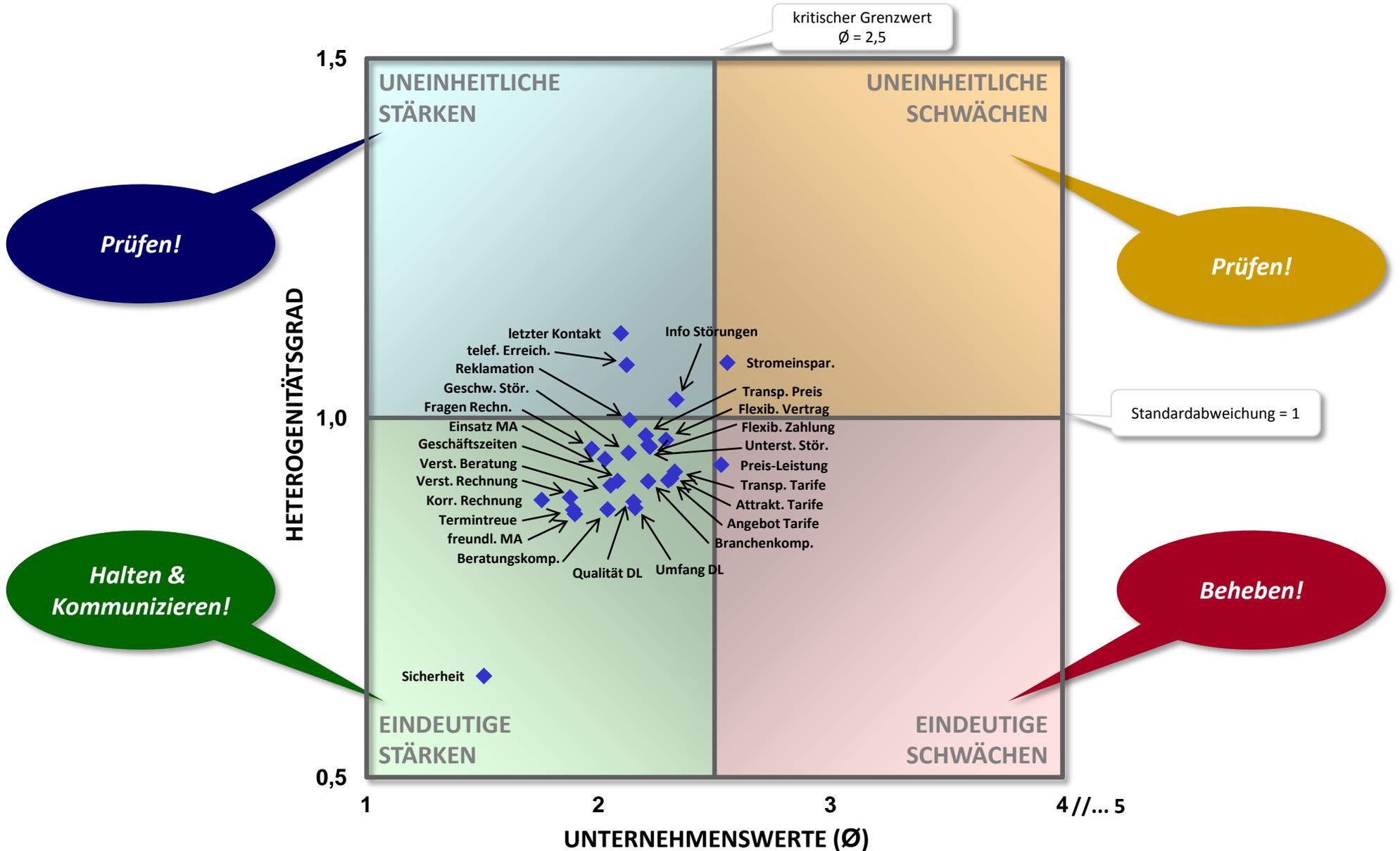
(Skala von 1 = „viel besser“ bis 5 = „viel schlechter“)

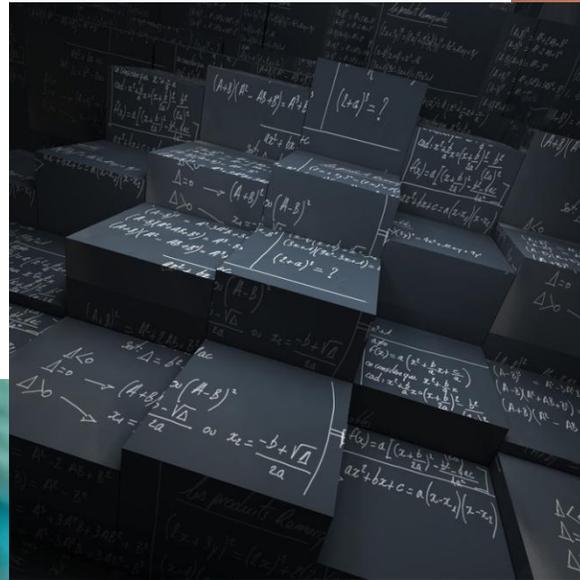




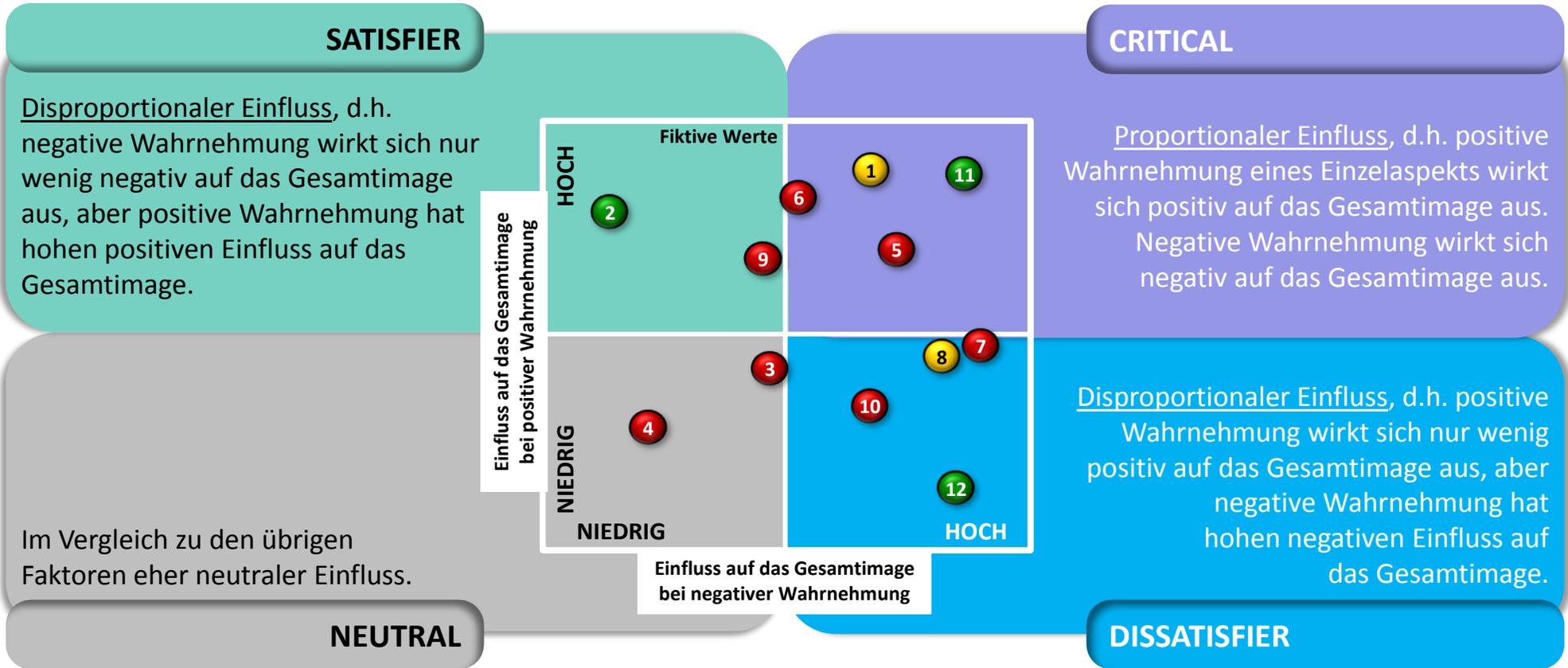








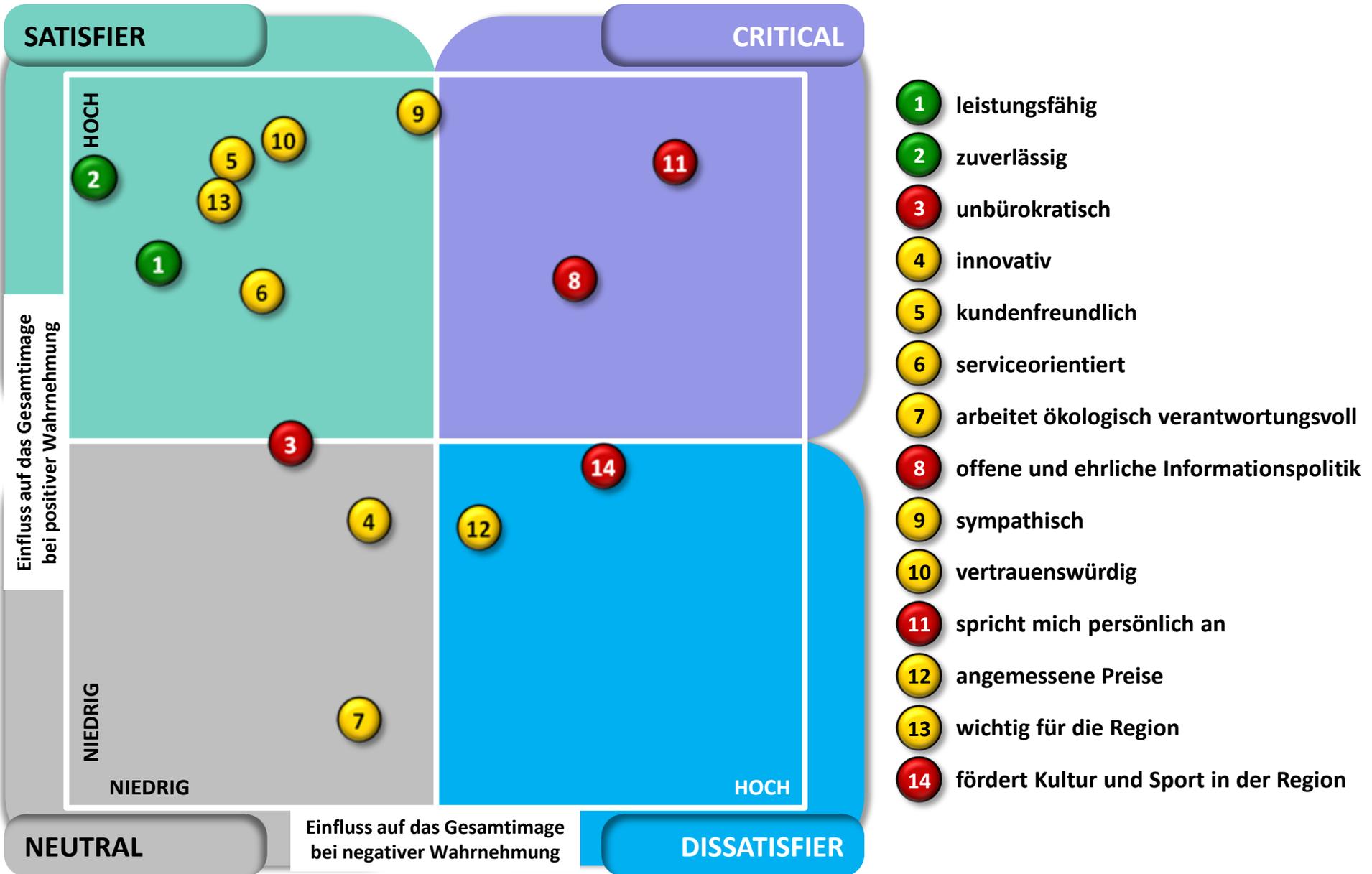
Untersuchung des Einflussgrades sowie der Struktur des Einflusses von Einzelaspekten des Images/der Zufriedenheit auf das Gesamtimage bzw. die Gesamtzufriedenheit. Die folgende Grafik zeigt am Beispiel des Gesamtimages die Sektoren, die auch hinsichtlich der Dimension Kundenzufriedenheit Gültigkeit besitzen:



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

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

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



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

1. CRITICAL

1. spricht mich persönlich an
2. offene und ehrliche Informationspolitik



2. DISSATISFIER

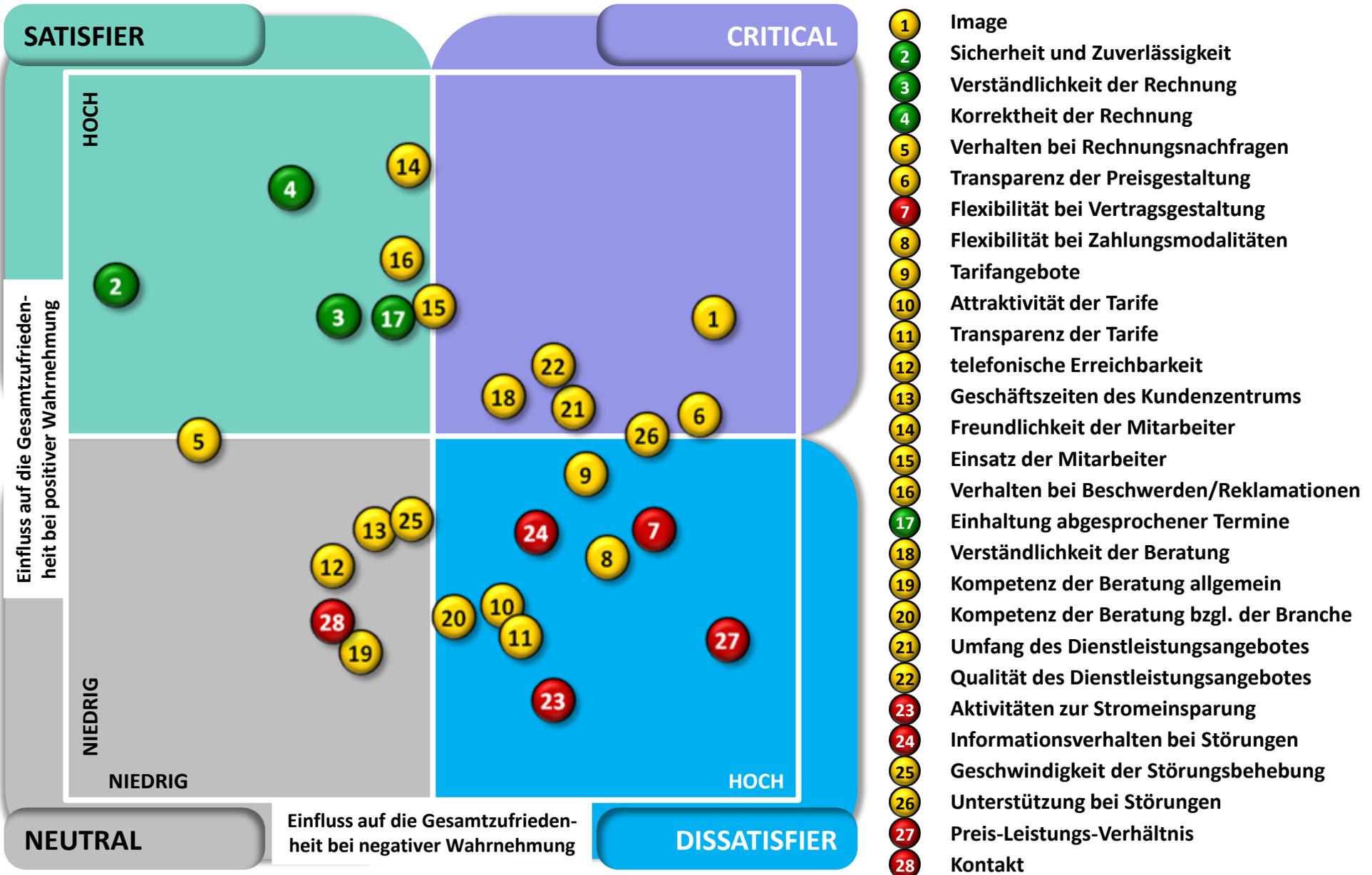
1. fördert Kultur und Sport in der Region
2. angemessene Preise



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

3. SATISFIER

keine Aspekte



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

1. CRITICAL

- | | |
|--|---|
| 1. Image |  |
| 2. Transparenz der Preisgestaltung |  |
| 3. Qualität des Dienstleistungsangebotes |  |
| 4. Einsatz der Mitarbeiter |  |
| 5. Umfang des Dienstleistungsangebotes |  |
| 6. Verständlichkeit der Beratung |  |

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

3. SATISFIER

keine Aspekte

2. DISSATISFIER

- | | |
|---|---|
| 1. Preis-Leistungs-Verhältnis |  |
| 2. Aktivitäten zur Energieeinsparung |  |
| 3. Flexibilität der Vertragsgestaltung |  |
| 4. Informationsverhalten bei Störungen |  |
| 5. Transparenz der Tarife |  |
| 6. Flexibilität der Zahlungsmodalitäten |  |
| 7. Attraktivität der Tarife |  |
| 8. Kompetenz der Beratung bzgl. der Branche |  |
| 9. Tarifangebote |  |
| 10. Unterstützung bei Störungen |  |



STANDARDFRAGEBOGEN – JAHRGANG 2016/2017

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

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

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

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

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

SCREENING

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

- O 1 ja Ende Interview
O 2 nein

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

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

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

- O 1 alleinverantwortlich
O 2 mitverantwortlich
O 3 keine Angabe

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

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

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

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

Quotenvorgaben sind zu beachten!!

SWI 1 Würden Sie mir bitte Ihre Postleitzahl nennen?

GW1 1 Setzen Sie an Ihrem Betriebsstandort Erdgas zum Heizen der Gebäude ein oder nutzen Sie Erdgas für andere Prozesse?

- O 1 ja
O 2 nein

BEKANNTHEIT VON EVU

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

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

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

IDENTIFIZIERUNG DES EVU

SWI 2 Welches Energieversorgungsunternehmen versorgt Ihren Betrieb zurzeit mit Strom?

Energieversorger: _____

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

O 1 ja
O 2 nein, beziehe Erdgas bei _____

WECHSELVERHALTEN STROM

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

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen

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

FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER

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

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

Frühere/r Stromversorger: _____

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

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

SWI 9.1 Hat der Wechsel innerhalb des letzten Jahres stattgefunden?

- O 1 ja
O 2 nein
O 3 weiß nicht

TARIFE STROM

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

O 1 ja
O 2 nein
O 3 weiß nicht

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

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen

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

INFORMATIONSVERHALTEN ENERGIEVERSORGUNG

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

Interviewer: Antworten vorlesen, zutreffende Antwort auswählen

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

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

Interviewer: Antworten nicht vorlesen, Mehrfachnennungen möglich

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

A'PRIORI-ZUFRIEDENHEIT

Frage 4 Wenn Sie an Ihren aktuellen Energieversorger [Einblendung SWI 2] denken, wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

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

WAHRNEHMUNGSQUELLEN DES AKTUELLEN EVU

Frage 5 Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger [Einblendung SWI 2] gehört, gesehen oder gelesen? Begrenzung auf 5 Nennungen!

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

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

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

- O 1 ja
- O 2 nein..... →Frage 7

Frage 6.1 Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] gehört, gesehen oder gelesen?

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

- O 1 Tageszeitungen
- O 2 Zeitschriften /Fachzeitschriften
- O 3 Radio
- O 4 Fernsehen
- O 5 Kino
- O 6 Plakate
- O 7 öffentliche Verkehrsmittel
- O 8 Fahrzeuge des Versorgers, Infomobil
- O 9 Infopost, Postwurfsendungen (Mailing-Aktionen)
- O 10 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- O 11 Werbung im Internet
- O 12 soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter, etc.
- O 13 Vergleichsportale im Internet (z.B. verivox, Check24)
- O 14 Kundenzentrum
- O 15 sonstiges und zwar: _____

Frage 6.2 Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „hat mir sehr gut gefallen“ und 5 = „hat mir überhaupt nicht gefallen“.

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

Frage 7 Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „sehr gut“ und 5 = „sehr schlecht“!

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

IMAGE DES AKTUELLEN EVU'S

Frage 8 In der folgenden Frage geht es um das Image, das Ansehen, welches Ihr Energieversorger [Einblendung SWI 2] bei Ihnen hat. Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 bis 5, ob die folgenden Aussagen auf Ihren Energieversorger [Einblendung SWI 2] zutreffen. Wenn Sie 1 sagen, heißt dies, dass diese Aussage voll zutrifft, die Bewertung 5 heißt, dass die Aussage überhaupt nicht zutrifft. Nennen Sie mir gleich bitte jeweils die Bewertung. Beginnen möchte ich mit der Aussage „Energieversorger [Einblendung SWI 2] ...

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

- () ist ein leistungsfähiges Unternehmen
- () ist ein zuverlässiger Versorger
- () arbeitet unbürokratisch
- () ist innovativ
- () ist kundenfreundlich
- () ist serviceorientiert

Fortsetzung Frage 8

- arbeitet ökologisch verantwortungsvoll
- betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik
- ist sympathisch
- ist vertrauenswürdig
- spricht mich persönlich an
- hat angemessene Preise
- ist wichtig für die Region
- fördert Bildung, Soziales, Kultur und Sport in der Region
- hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

KONTAKTE ZUM EVU

- Frage 9 Haben Sie einen festen Ansprechpartner bei Ihrem Energieversorgungsunternehmen **[Einblendung SWI 2]**?
- O 1 ja
O 2 nein
- Frage 10 Haben Sie sich schon einmal mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Energieversorger **[Einblendung SWI 2]** gewandt?
- Interviewer: Mehrfachnennung
- O 1 ja, mit Anfrage → Frage 10.1 oder Frage 10.2
O 2 ja, mit Beschwerde → Frage 10.1 oder Frage 10.2
O 3 ja anderer Kontaktgrund → Frage 10.1 oder Frage 10.2
O 4 nein, noch nie → Frage 11
bei Mehrfachnennung → Frage 10.1, sonst Frage 10.2
- Frage 10.1 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 10.2 **[Bei Mehrfachnennung Frage 9: Denken Sie bei den folgenden Fragen an diesen letzten Kontakt.]** Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger **[Einblendung SWI 2]** telefonisch, schriftlich, persönlich, über das Internet, per E-Mail oder über soziale Netzwerke?
- O 1 telefonisch
O 2 schriftlich
O 3 persönlich
O 4 über Internet
O 5 per E-Mail
O 6 über soziale Netzwerke, z.B. Facebook

- Frage 10.3 Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger **[Einblendung SWI 2]** zurück?
- Interviewer: Genau nachfragen und Einheit notieren, z.B. eine Woche, ein Monat, ein Jahr, etc.
- Frage 10.4 **NUR BEI ERDGASBEZUG UND WENN IDENTISCH MIT STROMVERSORGER:** Ging es bei Ihrem letzten Kontakt um Ihre Strom- oder Erdgasversorgung?
- O 1 Stromversorgung
O 2 Erdgasversorgung
- Frage 10.5 Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?
- Interviewer: Mehrfachnennung - Antwortvorgaben nicht vorlesen, Antworten zuordnen und wiederholt nachfragen!
- O 1 Inanspruchnahme einer allgemeinen Energiesparberatung
O 2 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung
O 3 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien
O 4 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen
O 5 Beantragung einer Förderung
O 6 neuen Vertrag/Tarif abschließen
O 7 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung
O 8 Fragen zur Rechnung
O 9 Fragen zu Tarifen
O 10 Rechnungsreklamation
O 11 Reklamation einer speziellen Leistung
O 12 Störung allgemein
O 13 Vertragsverhandlung
O 14 Strom-/Gaszählerangelegenheiten
O 15 Reparatur/Installation
O 16 Abschlagsänderung
O 17 Zählerstandsmeldung/Mitteilung
O 18 Produktinformation
O 19 Allg. Unternehmensinformation
O 20 Beschwerde über den Service von ...
O 21 Preisbeschwerde
O 22 sonstiges, und zwar
O 23 weiß nicht mehr
- Frage 10.6 Haben Sie diesen letzten Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.
- Interviewer: Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!
- () Bewertung.....Bewertung 0, 1, 2 → Frage 11 | Bewertung 3,4,5 → Frage 10.8

Frage 10.7 Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

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

- 1 unfreundlicher Ansprechpartner
- 2 mangelnde Kompetenz des Ansprechpartners
- 3 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 lange Wartezeiten im Kundencenter oder der Hotline
- 13 sonstiges, und zwar

GENERELLE ASPEKTE ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

Frage 11 Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2]? Bitte vergeben Sie für die einzelnen Aspekte Bewertungen zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“. Versuchen Sie bitte möglichst jeden Aspekt zu bewerten!

Wie zufrieden sind Sie mit ...?

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

Bewertung

Stromversorgung

- der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung
- Note 3-5: Bitte begründen Sie Ihre Bewertung

Rechnung

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

Tarife

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

Fortsetzung Frage 11:

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

NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM

Frage 12 Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] ins Verhältnis zu dessen Leistungen setzen? Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?

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

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

A'POSTERIORI-ZUFRIEDENHEIT

Frage 13 Wir haben Sie jetzt sehr ausführlich zu verschiedenen Aspekten der Zufriedenheit mit Ihrem Energieversorger befragt. Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

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

- Bewertung

WETTBEWERB IN DER STROMWIRTSCHAFT

Frage 14 Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Stromversorger **[Einblendung SWI 2]** bleiben? Werden Sie ...?

Interviewer: Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen! Bei „0“ → Frage 1

- O 1 absolut sicher bleiben → Frage 14.1
- O 2 sehr wahrscheinlich bleiben..... → Frage 14.1
- O 3 wahrscheinlich bleiben..... → Frage 14.1
- O 4 eher unwahrscheinlich bleiben → Frage 14.2
- O 5 unwahrscheinlich bleiben → Frage 14.2

Frage 14.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger **[Einblendung SWI 2]** bleiben?

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

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

Frage 14.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger **[Einblendung SWI 2]** wechseln?

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

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

Frage 15 Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger **[Einblendung SWI 2]** empfehlen würden?
Wäre es ...?

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

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

Frage 16 Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger **[Einblendung SWI 2]** mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

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

ZUFRIEDENHEITSURTEILE ERDGAS

Frage 17 Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger **[Einblendung SWI 2/SWI 3]**? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ bis 5 = „unzufrieden“.

() Bewertung

Frage 18 Wie zufrieden sind Sie mit der Umweltverträglichkeit des Erdgases Ihres Erdgasversorgers **[Einblendung SWI 2/SWI 3]**? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ bis 5 = „unzufrieden“.

() Bewertung

Frage 19 Und wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers **[Einblendung SWI 2/SWI 3]** ins Verhältnis zu dessen Leistungen setzen?
Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?

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

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

Frage 20 NUR ERDGASVERSORGER NICHT IDENTISCH MIT STROMVERSORGER:
Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3]? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

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

() Bewertung

WETTBEWERB IN DER ERDGASWIRTSCHAFT

Frage 21 Wenn Sie sich jetzt Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben? Würden Sie ...?

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

- 1 absolut sicher bleiben → Frage 21.1
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben → Frage 21.1
- 3 wahrscheinlich bleiben → Frage 21.1
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben → Frage 21.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben → Frage 21.2

Frage 21.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben?

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

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

Frage 21.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] wechseln?

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

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

Frage 22 Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] empfehlen würden? Wäre es ...?

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

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

Frage 23 Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

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

FIRMOGRAPHIE

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

Frage 24 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 25 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