

# BDEW Kundenfokus 2019/2020

Repräsentativbefragung  
bei Gewerbebetrieben im Bundesgebiet

## Ergebnisbericht

November 2019



**bdew**  
Energie. Wasser. Leben.

**prolytics**

Ergebnisse im Überblick.....	2
Energieversorger in der Öffentlichkeit .....	13
E-Mobilität .....	19
Digitalisierung.....	25
Image und Kundenzufriedenheit .....	30
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft .....	65
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft .....	79
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU.....	91
Ergebnisse der Modellanalyse .....	95
Anhang – Fragebogen .....	101

# Eckdaten Welle 2019/20

## Zielgruppe **Gewerbe**

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

## Methodik **CATI**

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

## Fragebogen **20 Min.**

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

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

**Stichprobe n = 1.040**

## Zeitraum **Okt.-Nov. 2019**

Die Feldarbeit erfolgte in einem Zeitraum von 6 Kalenderwochen im Oktober-November 2019.

## Firmografie

in der Stichprobe

**71%**   
Geschäftsführer

 **< 5 Mitarbeiter**  
**53%**

 **41%**  
Erdgasnutzer

Die Struktur der Stichprobe entspricht der Verteilung im Bundesgebiet.

# Themen

Welle  
2019/20



## Image

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



## Zufriedenheit

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



## Kundenbindung

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



## Wahrnehmung

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



## E-Mobilität

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



## Digitalisierung

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

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

# Image

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

## Emotion



**72%\***  
„vertrauenswürdig“

Emotionale Image-Items werden insgesamt durchschnittlich bis gut bewertet und fallen im Vergleich zum Vorjahr deutlich besser aus. Die höchsten Top-2-Anteile\* besitzt die Vertrauenswürdigkeit (72%). Mit etwas Abstand folgt der Faktor Sympathie (67%) sowie mit weiteren Abstand die Bewertungen der Faktoren Innovationsfähigkeit (61%), Gefallen (59%), Bürokratie (53%) und Offenheit/Ehrlichkeit (51%). Vor allem bei den letztgenannten Faktoren ist Steigerungspotential vorhanden.

Die stärkste Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr weist die Innovationsfähigkeit mit einer Zunahme von 10%-Punkten auf. Auch Vertrauenswürdigkeit, Gefallen und Sympathie weisen starke Verbesserungen auf (6-7%-Punkte).

**Insgesamt gute bis durchschnittliche Bewertung emotionaler Faktoren mit positiver Entwicklung**

## Leistung



**85%\***  
„zuverlässig“

Die höchsten Zustimmungsanteile erhalten die EVU, wenn es um ihre Leistungsfähigkeit geht. Sie gelten als zuverlässig (Top-2: 85%), leistungsfähig (80%), kundenfreundlich (72%) und serviceorientiert (68%). Auch beim sensiblen Thema Preise sind die Bewertungen recht positiv (Top-2: 59%). Die Entwicklung ist sehr positiv, alle Aspekte weisen Verbesserungen auf. Besonders stark verbesserte sich die Kundenfreundlichkeit (+9%-Punkte), die Serviceorientierung (+8%-Punkte) und die Leistungsfähigkeit (+6%-Punkte) sowie der Preis (+6%-Punkte).

**Leistung ist die absolute Stärke der EVU**

## Ökologie



**52%\***  
„arbeitet ökologisch verantwortungsvoll“

Bei diesem Thema fällt insbesondere auf, dass rund jeder vierte Gewerbebetrieb nicht in der Lage ist, die Verbindung Ökologie - EVU zu bewerten (Anteile „kann ich nicht beurteilen“: 23-29%). Die Bewertungen sind auf durchschnittlichem Niveau sowohl hinsichtlich der Bewertung des ökologisch verantwortungsvollen Arbeitens als auch beim Engagement bei der Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien und der Förderung von Elektrofahrzeugen.

**Ökologie als Imagefaktor ist ausbaufähig**

## Regionale Verantwortung



**65%\***  
„wichtig für die Region“

EVU sind weiterhin wichtig für die regionale Entwicklung. Jedoch nimmt die Bevölkerung das Engagement der EVU im Bereich Bildung, Soziales, Kultur und Sport nur sehr eingeschränkt wahr. Rund 29% trauen sich eine Bewertung des Engagements der EVU nicht zu. Wird eine Bewertung vorgenommen, so ist das Urteil als eher durchschnittlich bis unterdurchschnittlich zu bewerten. Fast jeder Achte vergibt eine negative Bewertung.

**Engagement für Region stärker kommunizieren**

**Das Image der deutschen EVU ist insgesamt positiv und zeigt auch eine deutlich positive Entwicklung gegenüber dem Vorjahr. Bei regionalen und ökologischen Aspekten besteht jedoch Potenzial für weitere Verbesserungen.**

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

## Kunden

# Zufriedenheit

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

## Betreuung



Die Betreuungszufriedenheit liegt weiter auf hohem Niveau, wobei der Anteil derjenigen, die keine Bewertung abgeben konnten, mit 12-33% erwartungsgemäß hoch ausfällt. Insgesamt zeigt sich eine positive Entwicklung, insbesondere bei den Mitarbeitermerkmalen (Top-2: +8-9%-Punkte).

**Hohe Zufriedenheit mit der Betreuung**

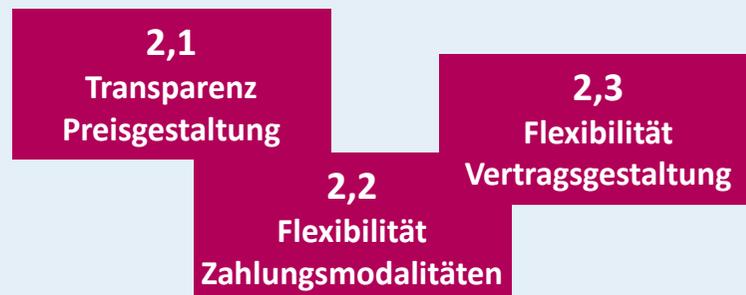
## Rechnung



Die formalen Anforderungen an die Rechnungsstellung, wie Korrektheit und Verständlichkeit, sind weiterhin sehr gut erfüllt. Bei der Korrektheit der Rechnung und dem Verhalten bei Nachfragen zeigt sich ein positiver Trend.

**Hohe Zufriedenheit mit der Rechnung**

## Vertrag



Die Transparenz der Preisgestaltung und die Flexibilität bei Zahlungsmodalitäten sind wie im Vorjahr auf einem relativ hohen Niveau, könnten jedoch eine Optimierung erfahren. Die Transparenz der Preisgestaltung hat sich aus Sicht der Kunden tendenziell verbessert (+2%-Punkte bei Top-2).

**Zufrieden mit Vertragsaspekten relativ gut, aber verbesserungsfähig**

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

## Kunden

# Zufriedenheit

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

## Dienstleistungsangebot



Rund jeder Fünfte traut sich keine Bewertung zu. Insgesamt fällt die Bewertung der angebotenen Dienstleistungen und deren Ausführung verbessert aus (Top-2: +7-10%-Punkte). Die Aktivitäten zur Stromeinsparung fallen erwartungsgemäß lediglich durchschnittlich aus.

**Relativ hohe Zufriedenheit mit angebotenen Dienstleistungen mit positivem Trend**

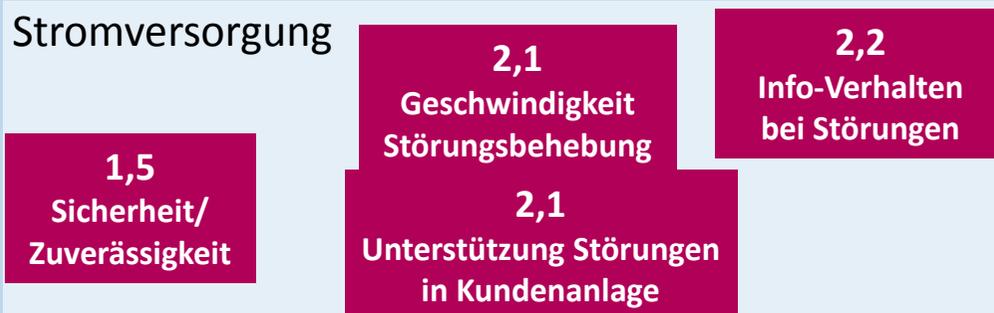
## Tarife



Die Zufriedenheit mit dem Angebot unterschiedlicher Tarife hat sich im Vergleich zu 2018 verbessert (Top-2: +7%-Punkte). Die Bewertungen von Tarifaspekten bewegen sich allerdings insgesamt eher auf durchschnittlichem Niveau.

**Durchschnittliche Zufriedenheit mit Tarifen mit positivem Trend**

## Stromversorgung



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

**Hohe Zufriedenheit und Bestwert insgesamt**

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

Kunden

# Zufriedenheit

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

## Preise

**2,5**  
Preis-Leistungs-  
Verhältnis

Die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis kann als angemessen bezeichnet werden, da beim Thema Preise andere Maßstäbe gesetzt werden müssen. Ein Mittelwert von 2,5, der sonst als eher negativ zu interpretieren ist, ist beim Thema Preis deutlich aufzuwerten. Auffällig ist, dass die Preiszufriedenheit gegenüber 2018 im Bottom-2-Anteil (-6%-Punkte) zugenommen hat, dagegen hat der Top-2-Anteil leicht nachgelassen (-1%-Punkt).

**Preis-Leistungs-Verhältnis wird als angemessen bewertet mit leicht positivem Trend**

## Gesamtzufriedenheit

**2,2**  
Gesamtbewertung

Mehr als zwei Drittel vergeben (sehr) gute Bewertungen. Die Gesamtzufriedenheit liegt damit auf relativ hohem Niveau und zeigt eine leichte Verbesserung gegenüber der Vormessung.

**Die Gesamtzufriedenheit auf hohem Niveau**

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

## Kunden

# Bindung



42%

Die Wechselquote ist gegenüber der Welle 2018 um 0,2 Prozentpunkte gestiegen und liegt aktuell bei 42,2%.

**Wechslerquote konstant**

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

## ZUFRIEDENHEIT

2,2\*



70% sind mit ihrem Stromversorger zufrieden. Der Anteil Zufriedener hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verbessert (+3%-Punkte Top-2).

## VERBLEIB

2,4\*



Nur 54% geben an, (sehr) wahrscheinlich bei ihrem Stromversorger zu bleiben. Dies stellt gegenüber 2018 eine leichte Zunahme um 3%-Punkte dar.

## EMPFEHLUNG

2,5\*



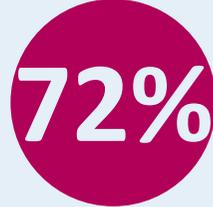
Rd. 48% würden ihren Stromversorger absolut sicher oder sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Gegenüber 2018 ist eine Abnahme im Bottom-Bereich um 4%-Punkte zu verzeichnen.

## VERGLEICH

2,5\*



44% halten ihren Stromversorger für etwas bzw. viel besser als andere ihnen Bekannte. Dies entspricht einer leichten Zunahme von 2%-Punkten gegenüber der Vormessung.



72%



## Kundenbindung leicht gestiegen

Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung leichte Veränderungen in positiver Richtung auf. Der Kundenbindungsindex nimmt um einen Punkt zu und liegt jetzt bei 72% im positiven Bereich (auf einer Skala von 0 bis 100%).

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

# Wahrnehmung der EVU

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

## Bekanntheit

Die Reihenfolge der Bekanntheit der Unternehmen hat sich gegenüber 2019 verändert. Die höchste ungestützte Bekanntheit erreichen nun die Stadtwerke (47%) knapp vor E.ON (ebenfalls 47%; -4%-Punkte) und RWE (35%; -9%-Punkte). „Innogy“ weist nach der Markteinführung 2016 einen Wert von 8% aus.

**RWE und E.ON verlieren an Bekanntheit**

## Quellen

Tageszeitungen sind die wichtigsten Wahrnehmungsquellen (17%), gefolgt von Infopost/Postwurfsendungen (15%). Der Anteil derjenigen, die nichts wahrgenommen haben ist um 4%-Punkte gestiegen und liegt aktuell bei 33%.

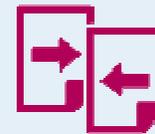
**Tageszeitungen weiterhin häufigste Wahrnehmungsquelle**

## Werbeerinnerung

Nahezu unverändert rund 23% können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern. Mailing-Aktionen (28%), Plakate und Tageszeitungen weisen die höchste Werbeerinnerung auf (jeweils 20% der Werbeerinnerer).

**Konstante Werbeerinnerung**

**66%**   
informieren sich  
mind. 1x im Jahr



**56%/50%**  
Internetseiten EVU/  
Vergleichsportale

## Informationsverhalten

Zwei Drittel der Unternehmen informieren sich mindestens einmal jährlich über EVU und deren Preise. Jeder Achte zeigt daran überhaupt kein Interesse.

**Preisvergleiche sind Standard**

Die wichtigste Informationsquelle ist wie im Vorjahr das Internet: Seiten von Energieversorgern (56%; +6%-Punkte) und Vergleichsportale (50%; -5%-Punkte) werden am häufigsten zur Informationseinholung genutzt, mit deutlichem Abstand gefolgt von Tageszeitungen/Zeitschriften/Fachzeitschriften (8%; +1%-Punkt).

**Internet wichtigste Quelle**

## Werbebewertung

Die Werbung wird insgesamt leicht besser als 2018 bewertet. Der Top-2- Anteil\* hat um 4%-Punkte zugenommen. Immerhin 59% vergeben eine positive Note.

**Werbung wird leicht besser bewertet**

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

# E-Mobilität

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

34%

... interessieren sich aktiv für Elektroautos, d.h. sie haben sich hierzu bereits informiert bzw. planen den Kauf oder nutzen ein E-Auto (+1%-Punkt)



34%

... interessieren sich überhaupt nicht für Elektroautos (-5%-Punkte)

34%

... halten ihren Stromversorger für engagiert (+7%-Punkte)



26%

... trauen dem EVU bereits jetzt eine kompetente Beratung zu (+6%-Punkte)

37%

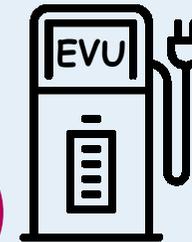
... sehen Stromversorger als kompetenten Ansprechpartner (+5%-Punkte)

NUR  
20%

... sehen das EVU als möglichen Autoverkäufer an

49%

... wissen nicht, ob ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (-13%-Punkte)



36%

... geben an, dass ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (+9%-Punkte)

65%

... wissen nicht, ob ihr Stromversorger Wall-Boxes im Angebot hat (-12%-Punkte)

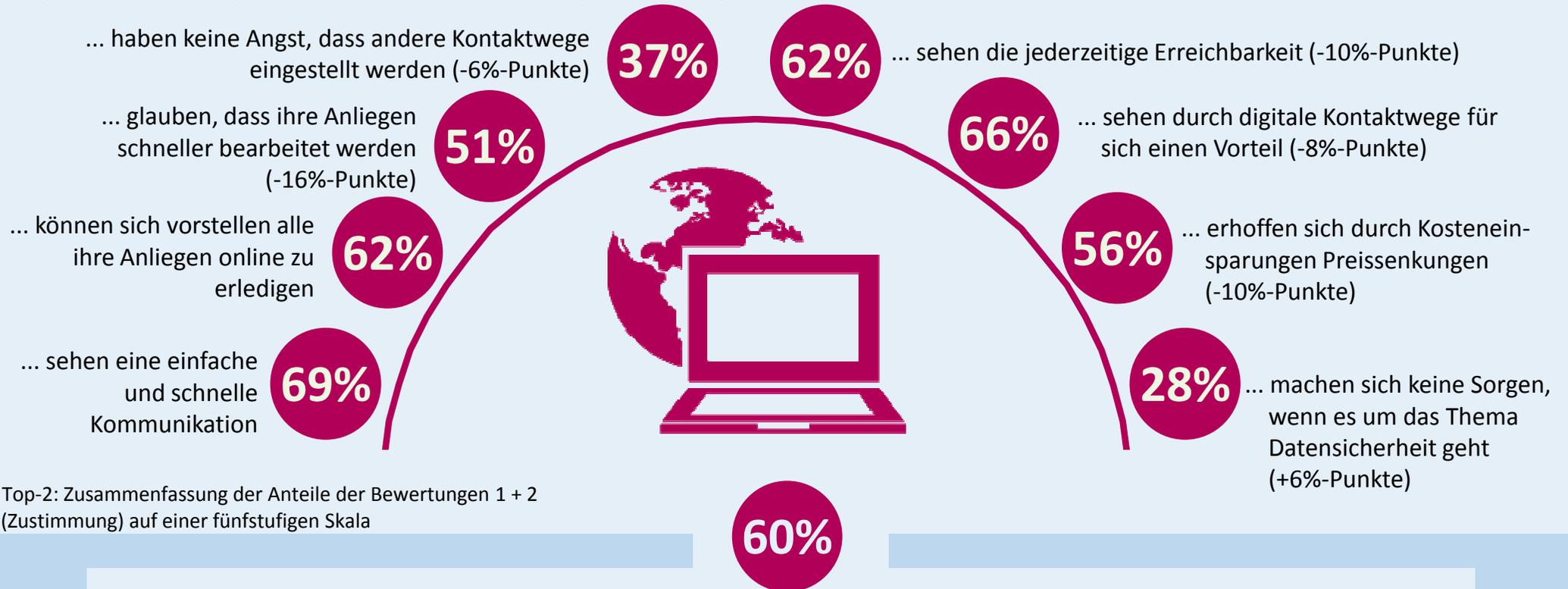


Das Thema gewinnt an Stellenwert. Jedoch sind Stromversorger gegenwärtig (noch) nicht im Relevant Set verankert.

# Digitalisierung

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

## Möglichkeiten/Folgen der fortschreitenden Digitalisierung



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

## Wunsch nach Ausbau elektronischer Kontakte überwiegt.

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

Ergebnisse im Überblick

## Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

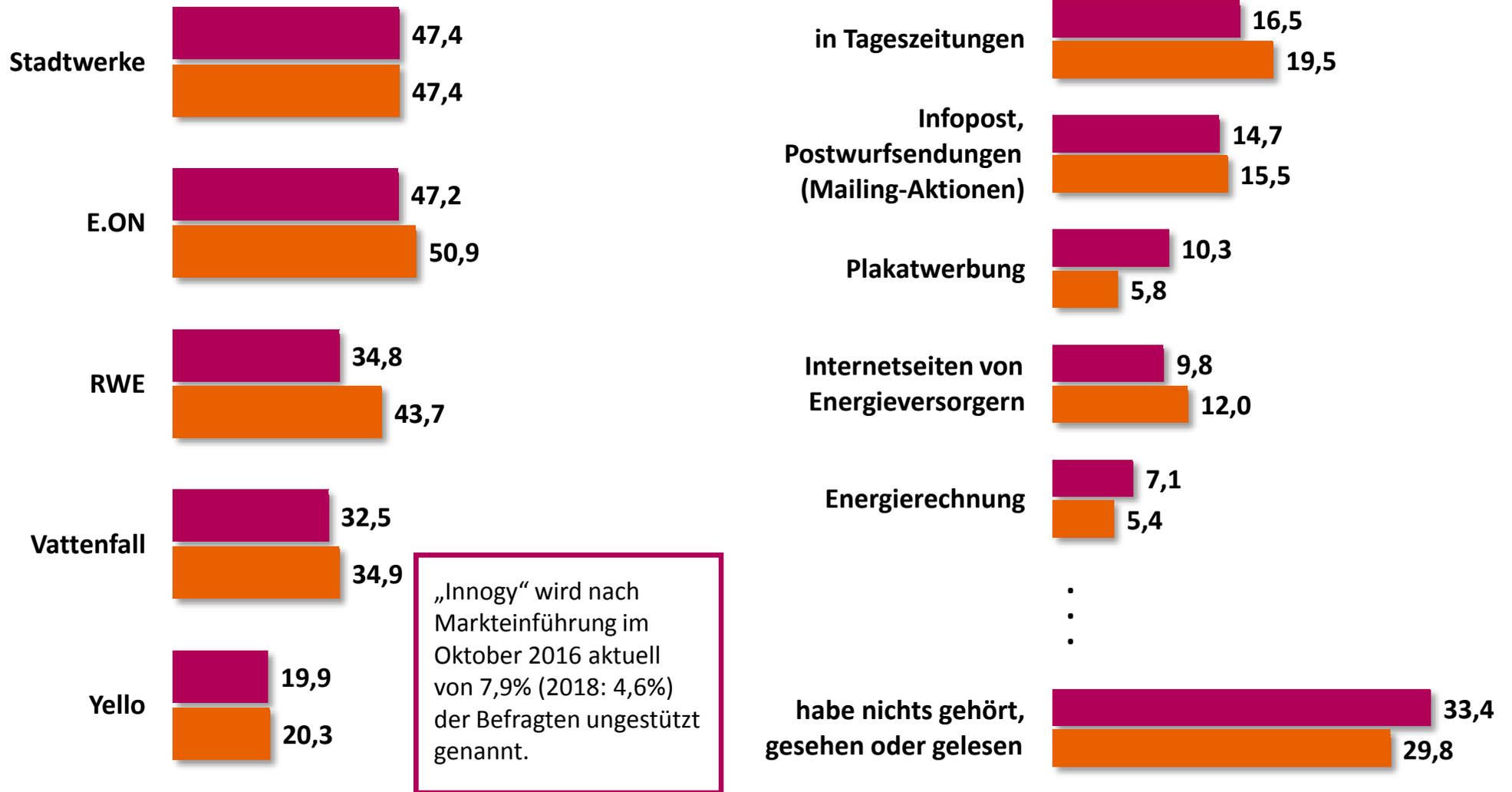
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

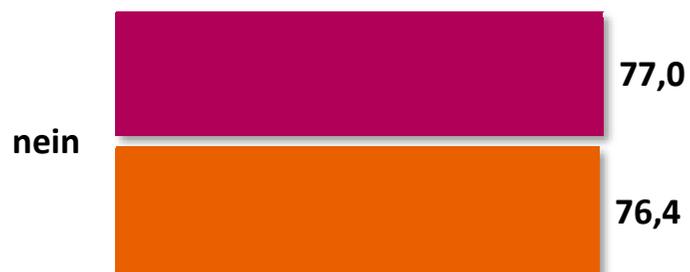
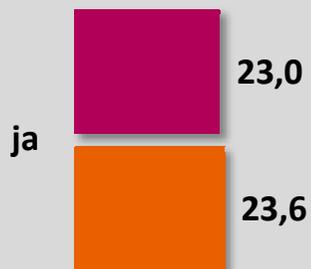


Frage 1: Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

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

Angaben in %

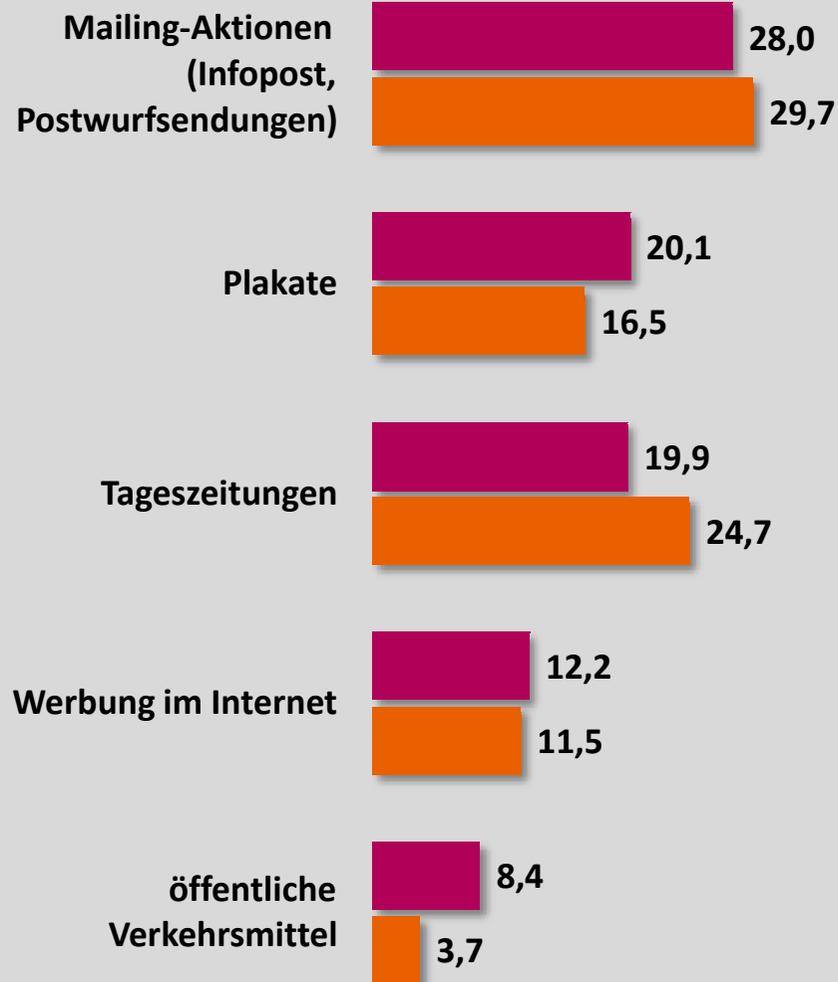
# Wahrnehmung von Werbung



Bundesbenchmark	
Gesamt	23,0
Big 4	26,1
reine Ökoanbieter	15,6
Discounter	19,3
Stadtwerke/Lokalversorger	24,0
Regionalversorger	23,7

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

■ Studie 2019 (n = 1.040) ■ Studie 2018 (n = 1.040)

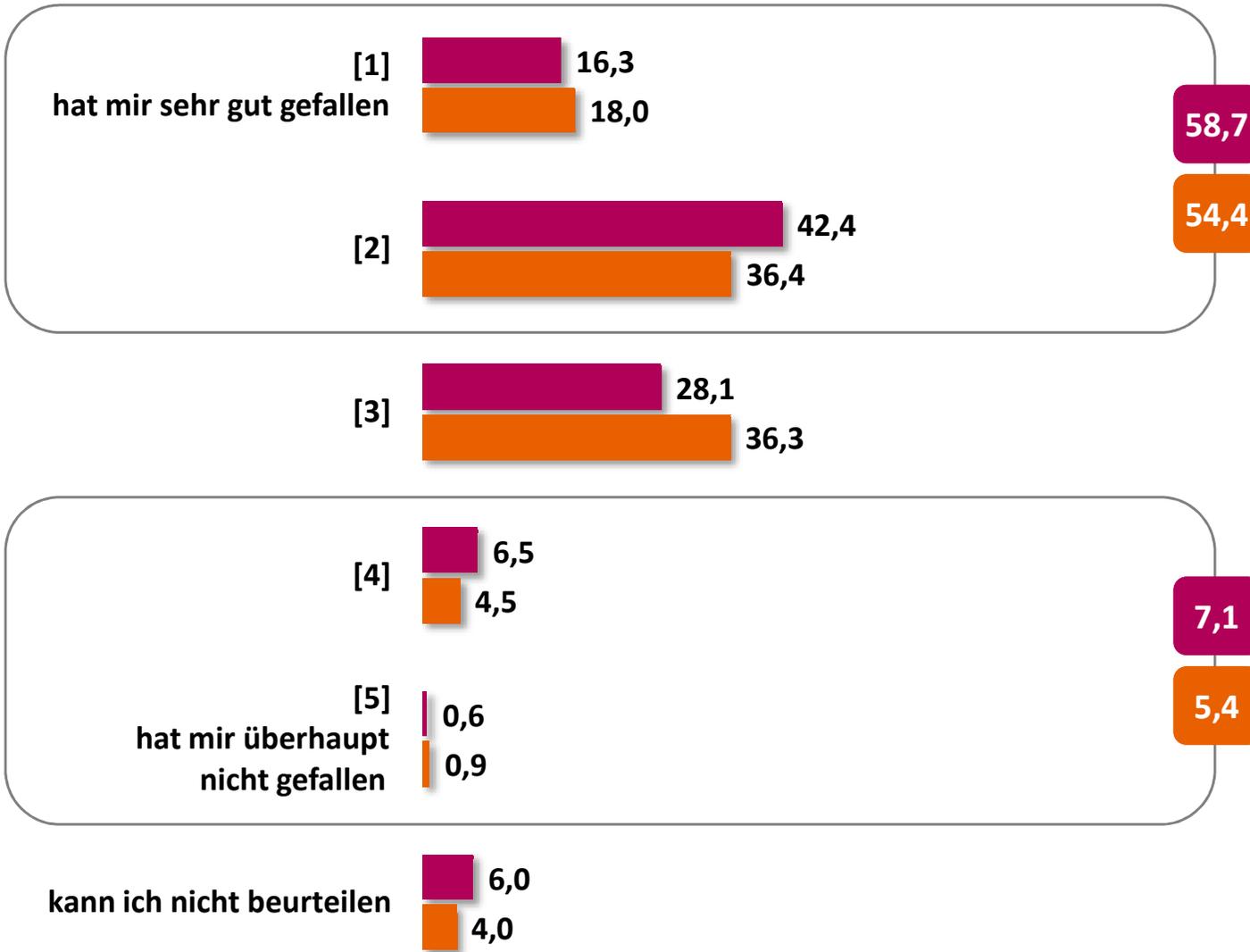


Frage 6.1: Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

■ Studie 2019 (n = 239) ■ Studie 2018 (n = 246)

Angaben in %

# Bewertung wahrgenommener Werbung

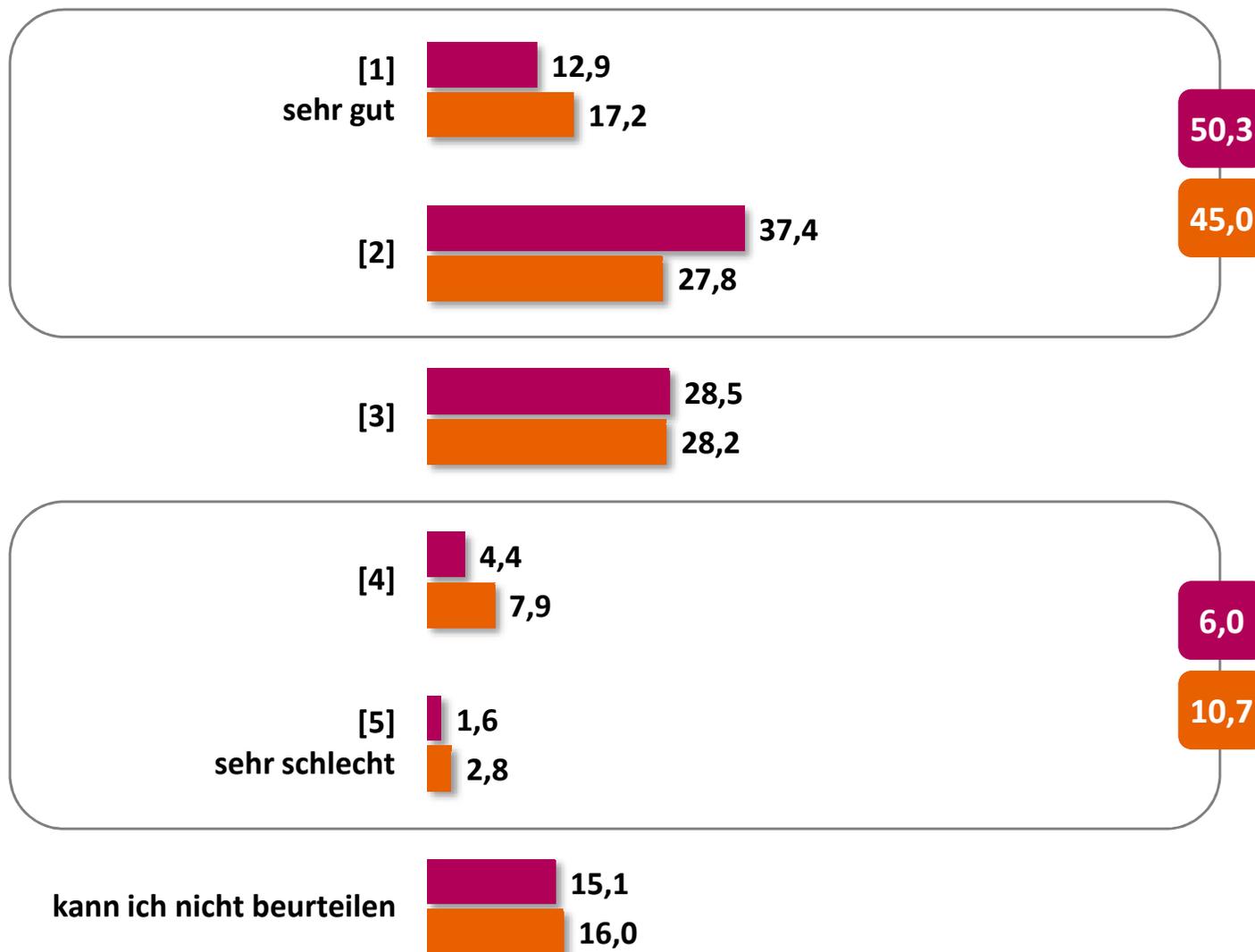


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,3
Big 4	2,3
reine Ökoanbieter	1,7
Discounter	2,3
Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
Regionalversorger	2,3

Frage 6.2: Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?

Angaben in %

# Bewertung des öffentlichen Auftritts



50,3

45,0

6,0

10,7

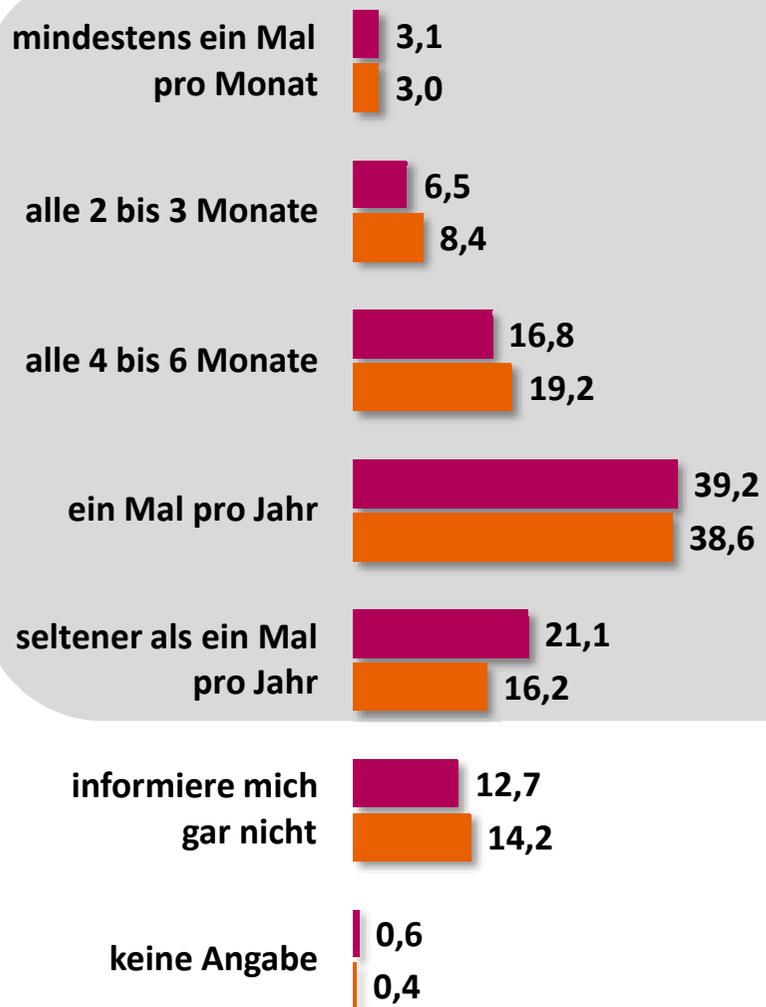
Ø  
2,3  
2,4

Bundesbenchmark	
Gesamt	2,3
Big 4	2,4
reine Ökoanbieter	2,3
Discounter	2,3
Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
Regionalversorger	2,3

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

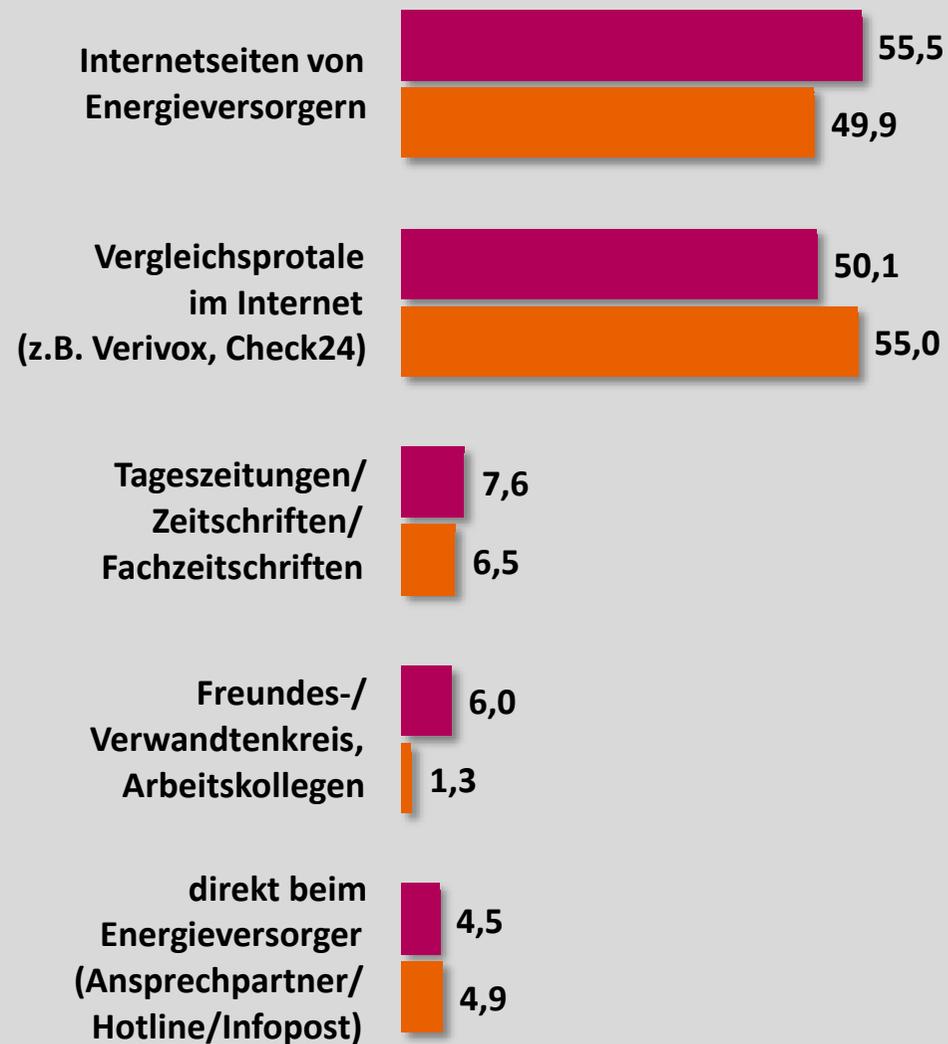
Angaben in %

## Informationsverhalten



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

■ Studie 2019 (n = 1.040) ■ Studie 2018 (n = 1.040)



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

■ Studie 2019 (n = 901) ■ Studie 2018 (n = 889)

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

## E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

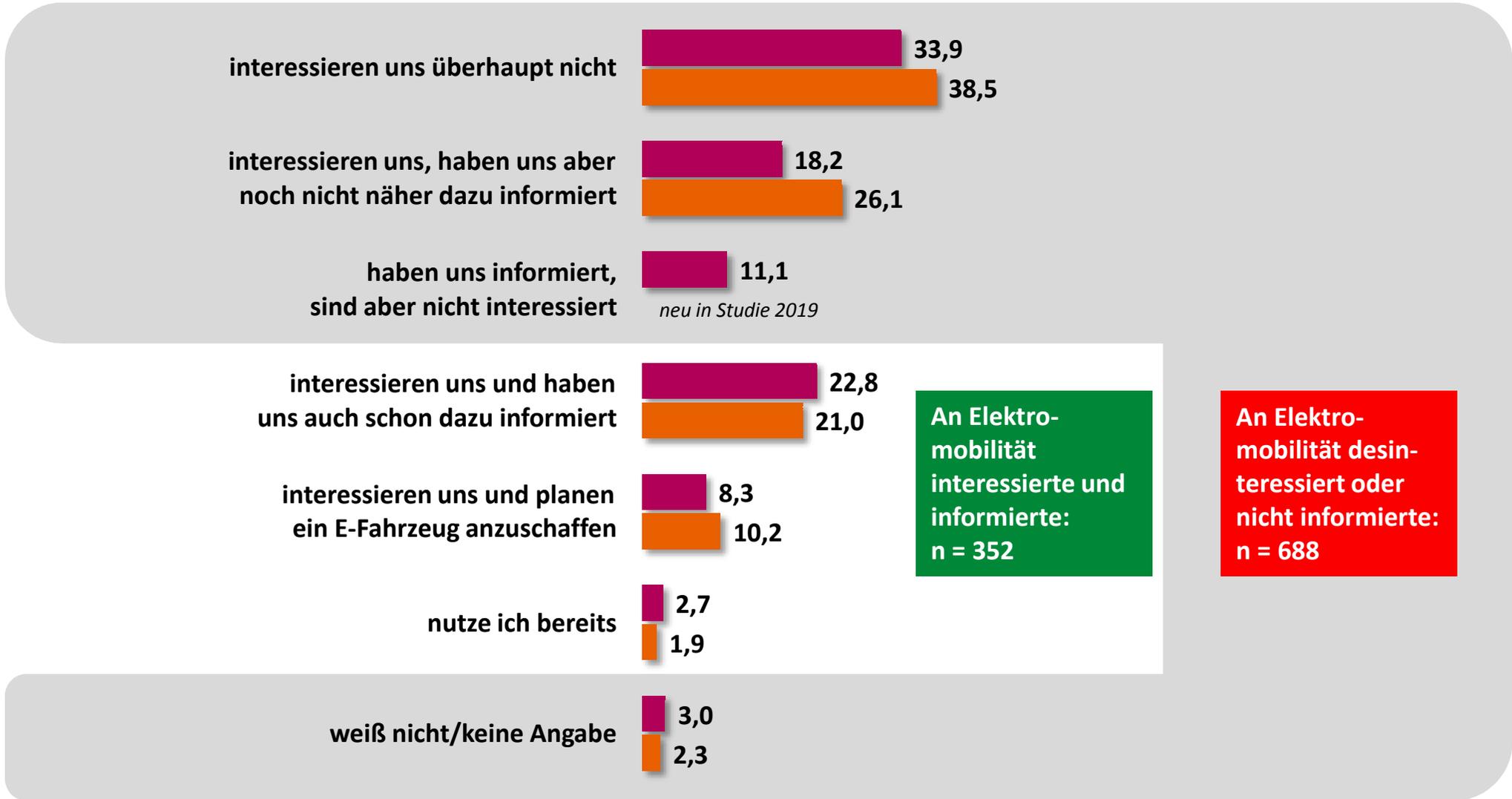
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# Interesse an Elektromobilität



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

Angaben in %

# Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

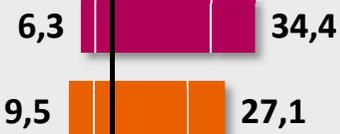
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**  
Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

**40,5** Mein Stromversorger ist im Bereich E-Mobilität/Stromautos bereits sehr engagiert

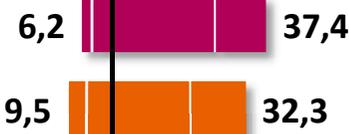
**50,2**



Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2019	2,4		
2018	2,6		
Gesamt	2,4	Discounter	2,7
Big 4	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,3	Regionalversorger	2,3

**38,2** Mein Stromversorger verfügt über die nötige Kompetenz, um bei der E-Mobilität/Stromautos ein Ansprechpartner der Kunden zu sein

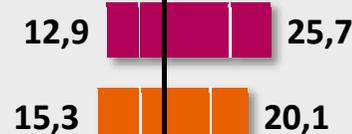
**44,4**



Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2019	2,3		
2018	2,4		
Gesamt	2,3	Discounter	2,7
Big 4	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,5	Regionalversorger	2,3

**40,8** Mein Stromversorger kann mich bereits jetzt kompetent zum Thema E-Mobilität/Stromautos beraten

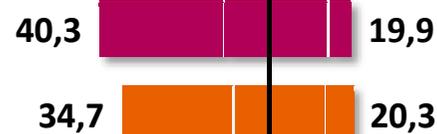
**47,7**



Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2019	2,7		
2018	2,9		
Gesamt	2,7	Discounter	3,4
Big 4	2,7	Stadtwerke/Lokalversorger	2,7
reine Ökoanbieter	2,5	Regionalversorger	2,6

**22,3** Ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig ein Auto bei meinem Energieversorger zu kaufen

**27,4**

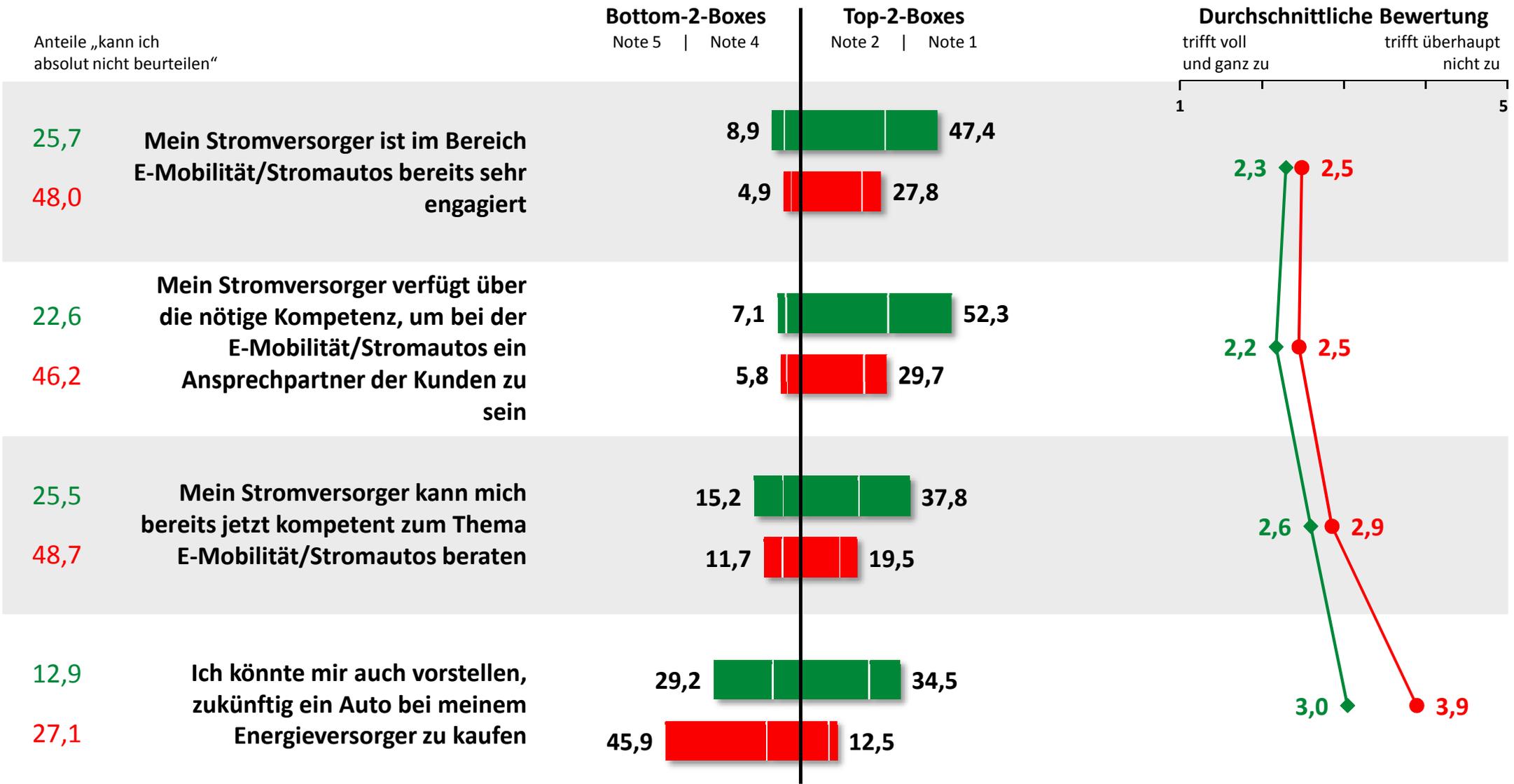


Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2019	3,6		
2018	3,5		
Gesamt	3,6	Discounter	3,6
Big 4	3,5	Stadtwerke/Lokalversorger	3,7
reine Ökoanbieter	3,5	Regionalversorger	3,6

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

Angaben in %

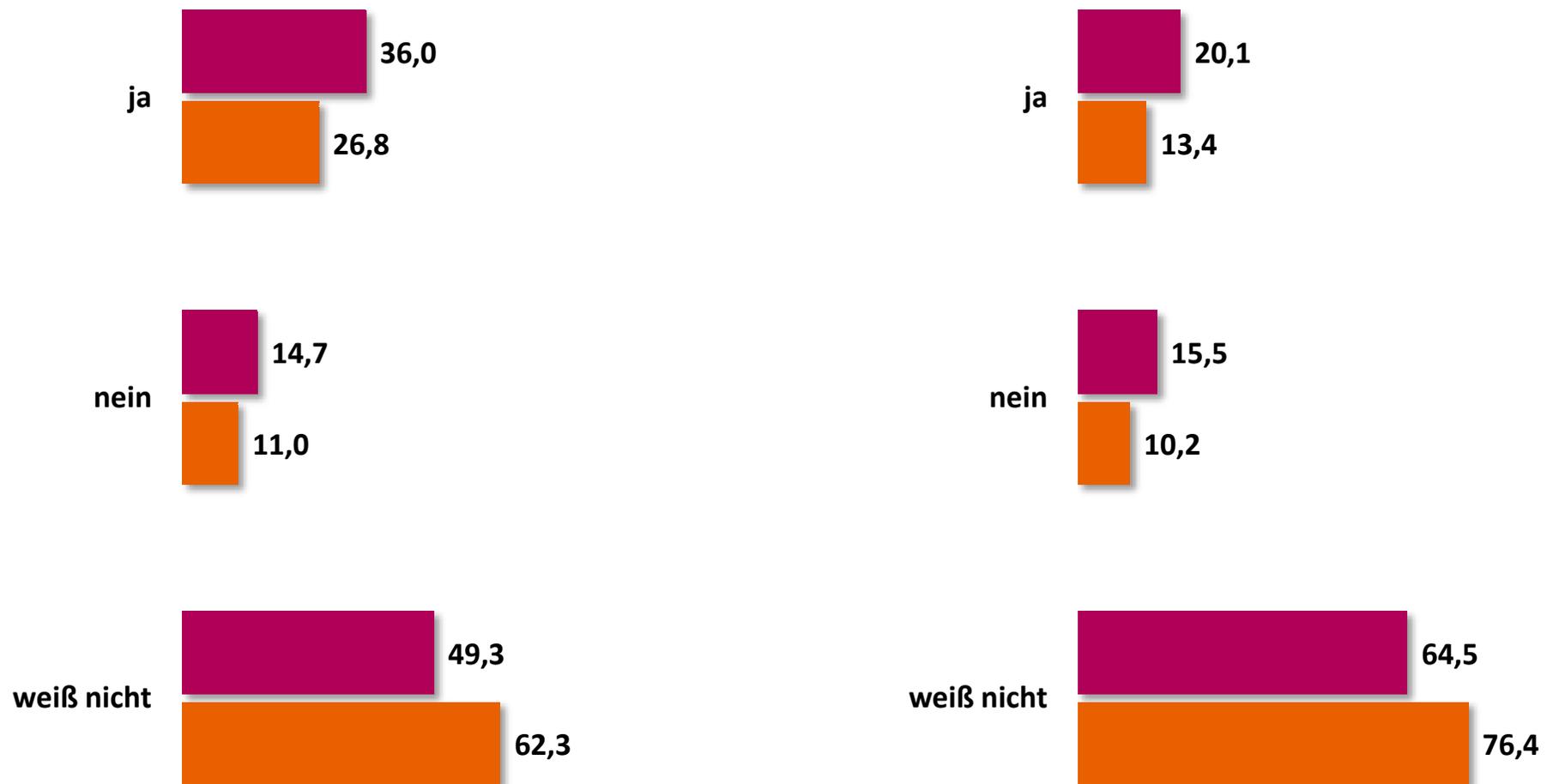
# Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität – Differenziert nach Interesse



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

Angaben in %

# Angebot von Ladesäulen und Wall-Boxes

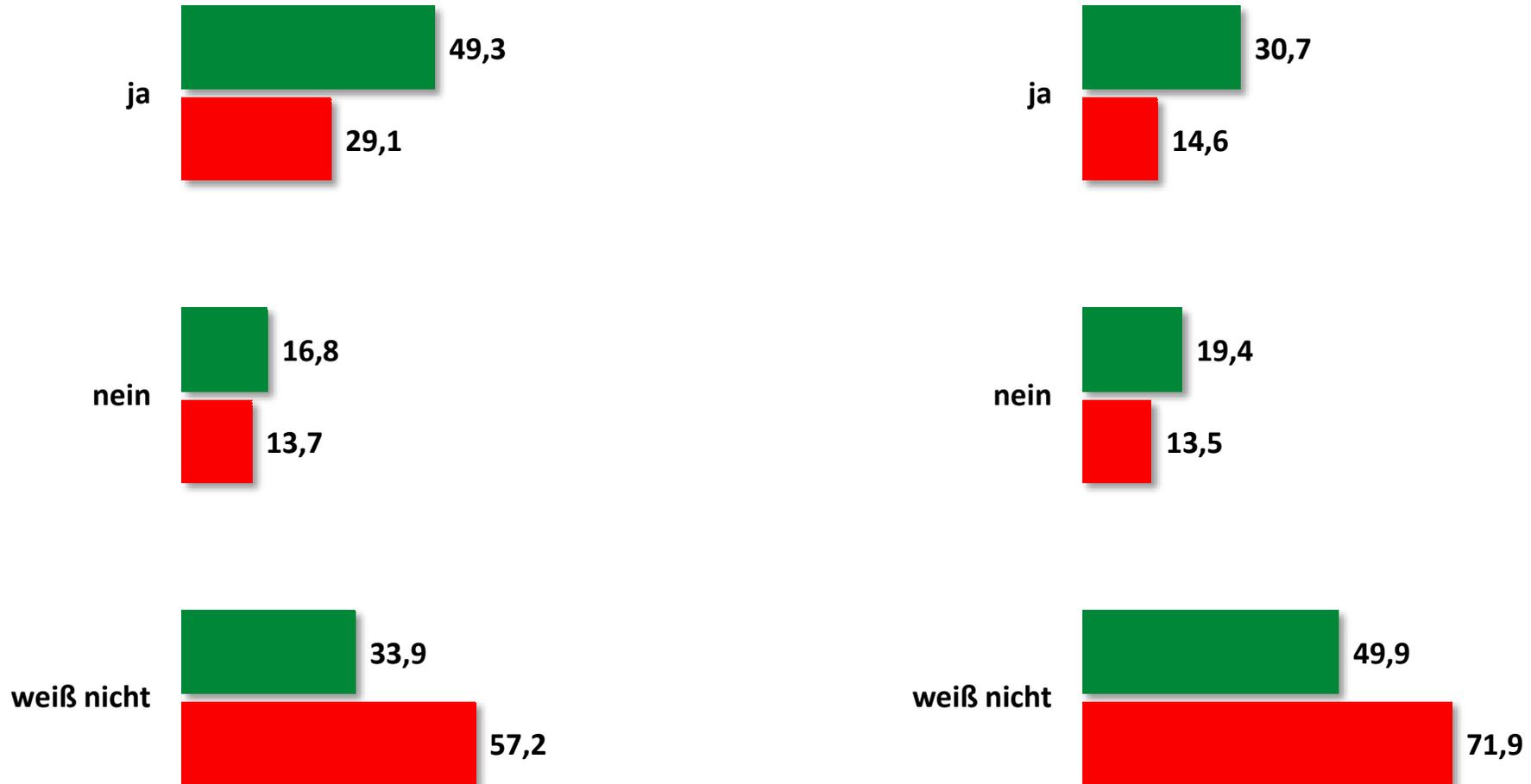


Frage 10.1: Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

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

Angaben in %

# Angebot von Ladesäulen und Wall-Boxes – Differenziert nach Interesse



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

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

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

## Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# Folgen der Digitalisierung für den Kunden 1/2

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

10,3

**Ich kann sehr einfach und schnell mein Anliegen meinem EVU mitteilen**

*Neu in Studie 2019*

4,3



2019	1,9		
Gesamt	1,9	Discounter	1,9
Big 4	1,9	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	1,9

6,9

**Ich kann mir vorstellen, alle Angelegenheiten online mit meinem EVU zu erledigen**

*Neu in Studie 2019*

12,2



2019	2,2		
Gesamt	2,2	Discounter	2,0
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,4	Regionalversorger	2,2

5,4

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

2,3

38,7



52,0

*Item negativ formuliert Skala wurde gedreht*

21,8

2019	3,2		
Gesamt	3,2	Discounter	3,2
Big 4	3,1	Stadtwerke/Lokalversorger	3,3
reine Ökoanbieter	2,9	Regionalversorger	3,2

11,0

**Meine Anliegen werden schneller bearbeitet**

5,6

10,3



6,3



2019	2,4		
Gesamt	2,4	Discounter	2,4
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	2,7	Regionalversorger	2,5

Frage 11: Die Digitalisierung erhält auch immer stärkeren Einzug bei den Energieversorgern. Die meisten Anliegen können bereits jetzt schon auf elektronischem Wege via Internet erledigt werden, ohne dass ein persönlicher Kontakt nötig ist. Welche Folgen erwarten Sie als Energiekunde von dieser Entwicklung?

Angaben in %

# Folgen der Digitalisierung für den Kunden 2/2

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

7,3

**Ich habe Angst, dass mein Energieversorger die Möglichkeiten des telefonischen oder persönlichen Kontaktes einstellt**

36,1 | 36,6

4,6

29,0 | 43,3

*Item negativ formuliert | Skala wurde gedreht*

	2019	2018		
	2,9	2,7		
Gesamt	2,9		Discounter	2,8
Big 4	3,0		Stadtwerke/Lokalversorger	2,8
reine Ökoanbieter	2,8		Regionalversorger	3,1

8,1

**Die Erreichbarkeit meines Energieversorgers ist jederzeit gegeben**

5,9 | 61,8

5,5

6,9 | 72,2

	2019	2018		
	2,1	2,0		
Gesamt	2,1		Discounter	2,1
Big 4	2,2		Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	2,2		Regionalversorger	2,0

6,5

**Digitale Kontaktwege sind für mich als Kunde von Vorteil**

6,9 | 65,6

3,9

5,8 | 73,7

	2019	2018		
	2,1	1,9		
Gesamt	2,1		Discounter	2,0
Big 4	2,1		Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,2		Regionalversorger	2,1

7,8

**Durch Kosteneinsparungen beim Energieversorger erhoffe ich mir günstigere Preise**

17,6 | 56,2

5,3

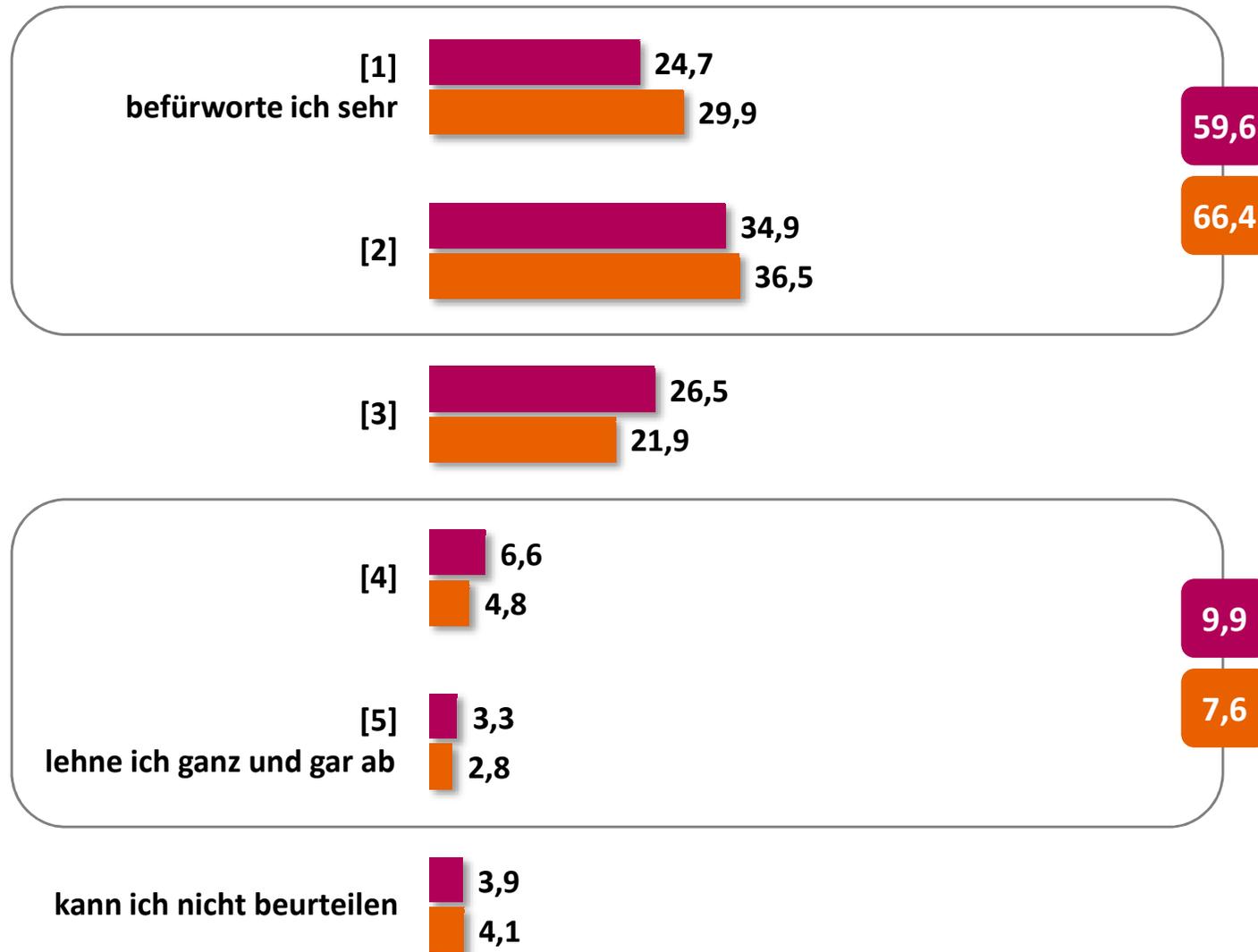
16,0 | 65,8

	2019	2018		
	2,4	2,2		
Gesamt	2,4		Discounter	2,2
Big 4	2,4		Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	2,5		Regionalversorger	2,8

Frage 11: Die Digitalisierung erhält auch immer stärkeren Einzug bei den Energieversorgern. Die meisten Anliegen können bereits jetzt schon auf elektronischem Wege via Internet erledigt werden, ohne dass ein persönlicher Kontakt nötig ist. Welche Folgen erwarten Sie als Energiekunde von dieser Entwicklung?

Angaben in %

# Ausbau des elektronischen Kontaktes

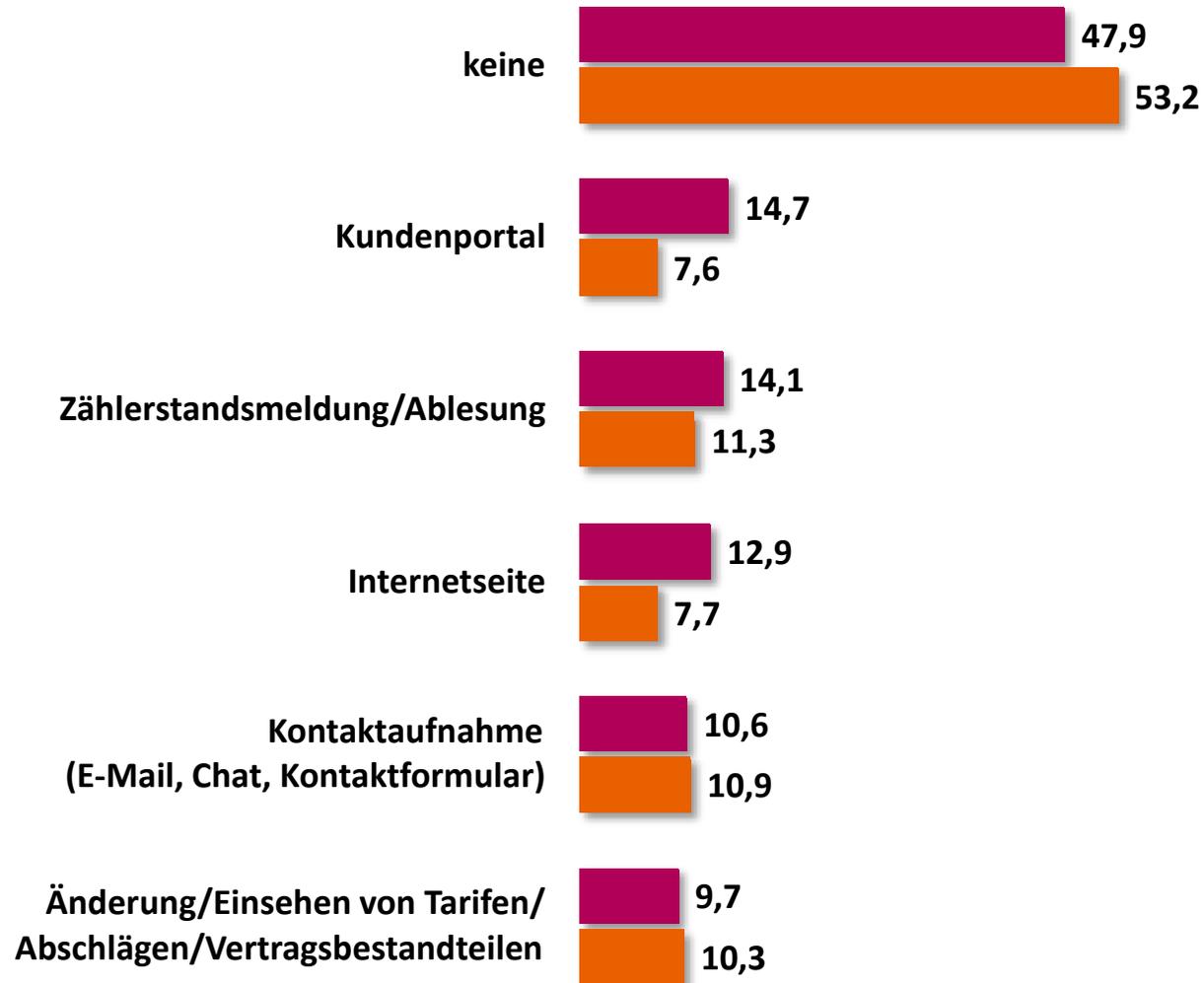


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,3
Big 4	2,2
reine Ökoanbieter	2,5
Discounter	2,1
Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
Regionalversorger	2,4

Frage 12: Würden Sie den Ausbau des elektronischen Kontakts zu Ihrem Energieversorger via Internet in Zukunft befürworten oder ablehnen.

Angaben in %

# Digitale Angebote



Frage 13: Welche digitalen Angebote Ihres Stromversorgers kennen Sie? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

## Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

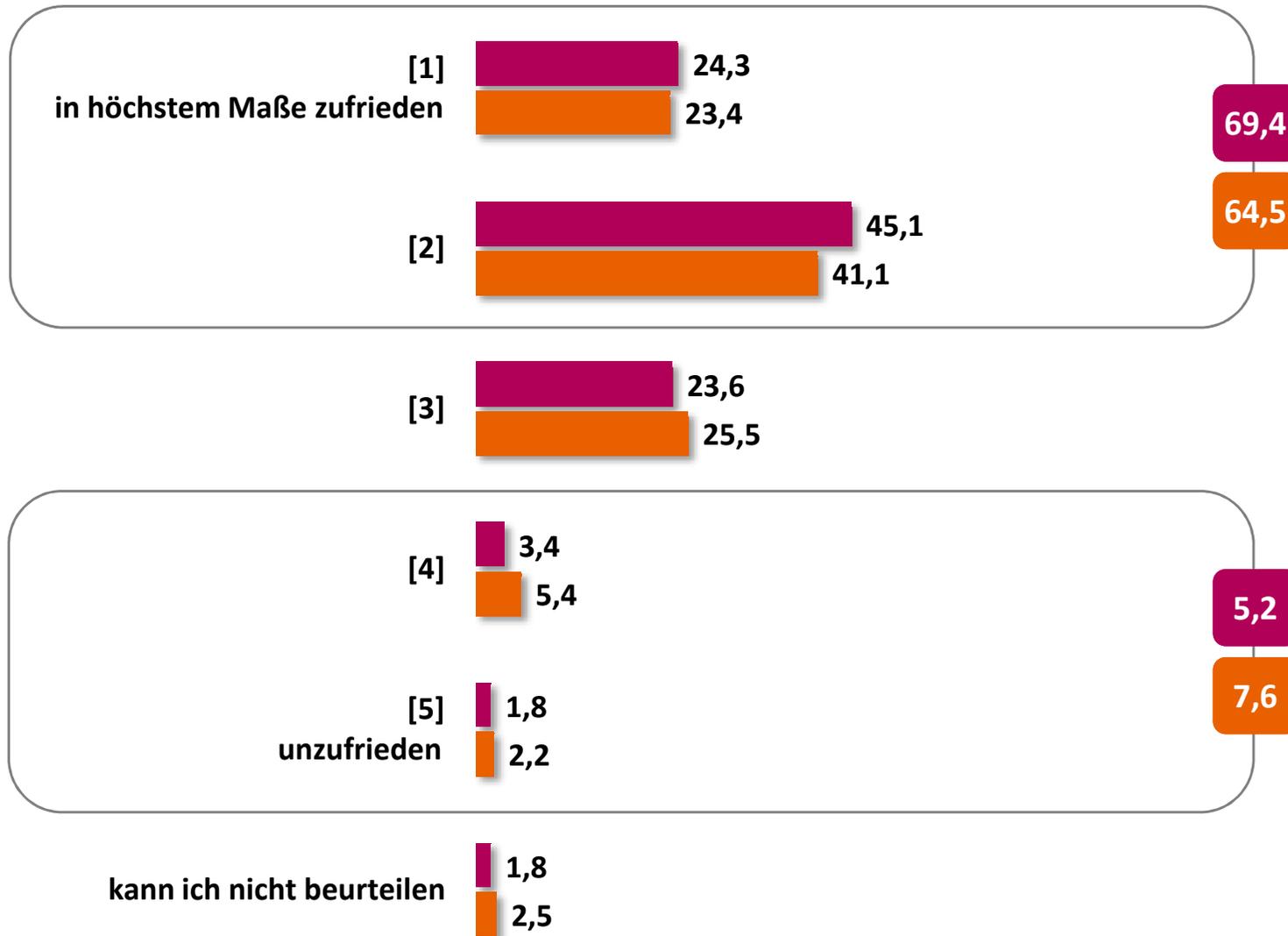
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# A'priori-Gesamtzufriedenheit



Bundesbenchmark	
Gesamt	2,1
Big 4	2,1
reine Ökoanbieter	1,8
Discounter	2,2
Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
Regionalversorger	2,1

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

Angaben in %

# Image der Energieversorger 1/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

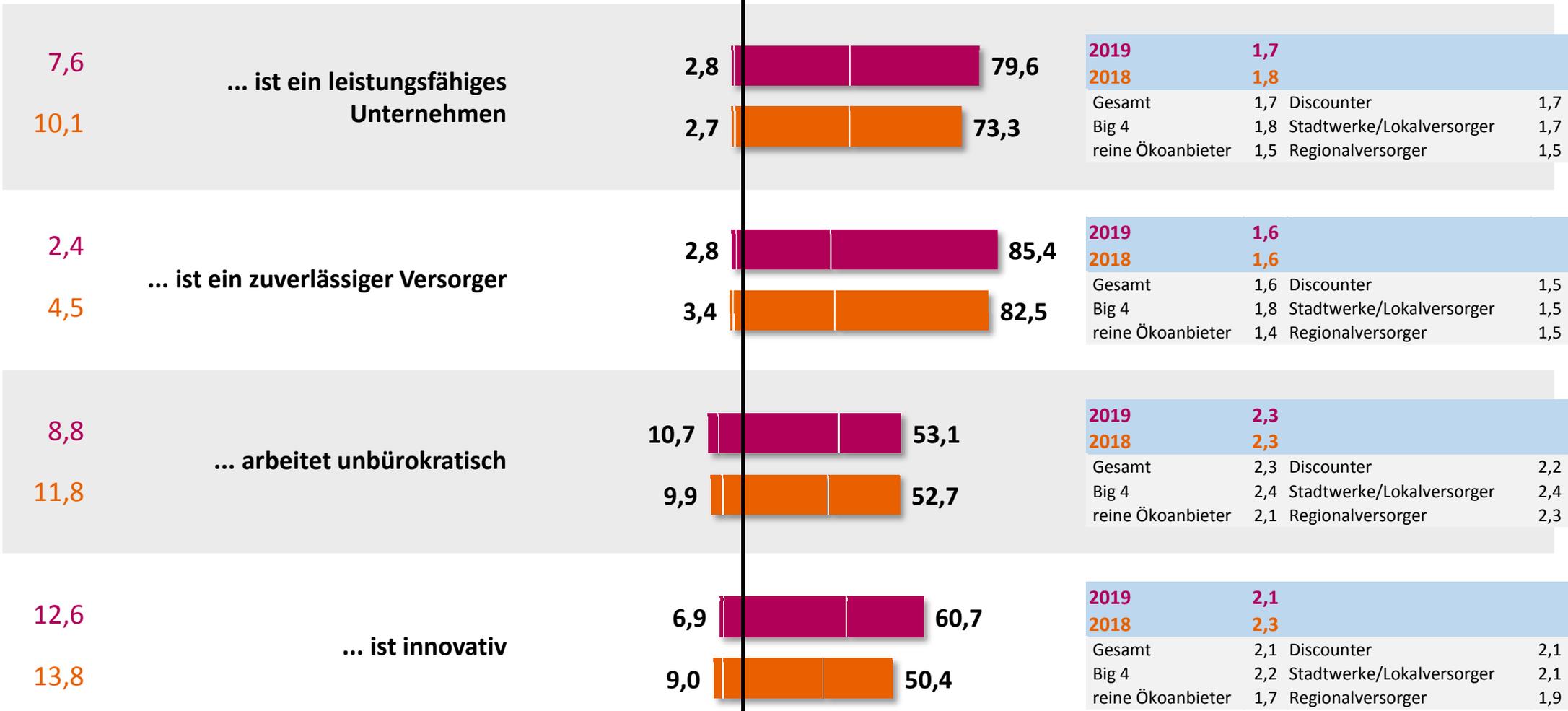
**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**



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

Angaben in %

# Image der Energieversorger 2/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

28,5

**... fördert aktiv die Verbreitung von Elektrofahrzeugen**

9,1



42,1

**2019**

**2,4**

Gesamt	2,4	Discounter	2,7
Big 4	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger	2,4

Neu in Studie 2019

4,4

**... ist kundenfreundlich**

5,8



72,2

**2019**

**2,0**

**2018**

**2,1**

Gesamt	2,0	Discounter	2,0
Big 4	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,4	Regionalversorger	1,9

7,4

9,2



62,7

5,9

**... ist serviceorientiert**

6,5



67,8

**2019**

**2,1**

**2018**

**2,2**

Gesamt	2,1	Discounter	1,9
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,1

8,9

8,3



59,9

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

Angaben in %

# Image der Energieversorger 3/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

### Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

### Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

### Mittelwerte/Benchmarks

22,8

22,7

**... arbeitet ökologisch verantwortungsvoll**

4,5

9,7

52,1

43,9

**2019**

**2018**

**2,2**

**2,3**

Gesamt

2,2

Discounter

2,2

Big 4

2,3

Stadtwerke/Lokalversorger

2,1

reine Ökoanbieter

1,3

Regionalversorger

2,2

16,6

19,2

**... betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik**

6,4

10,3

51,3

50,0

**2019**

**2018**

**2,3**

**2,3**

Gesamt

2,3

Discounter

2,2

Big 4

2,4

Stadtwerke/Lokalversorger

2,2

reine Ökoanbieter

1,7

Regionalversorger

2,4

5,4

7,7

**... ist sympathisch**

6,3

10,8

66,5

59,1

**2019**

**2018**

**2,1**

**2,2**

Gesamt

2,1

Discounter

2,0

Big 4

2,3

Stadtwerke/Lokalversorger

2,1

reine Ökoanbieter

1,6

Regionalversorger

2,1

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

Angaben in %

# Image der Energieversorger 4/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

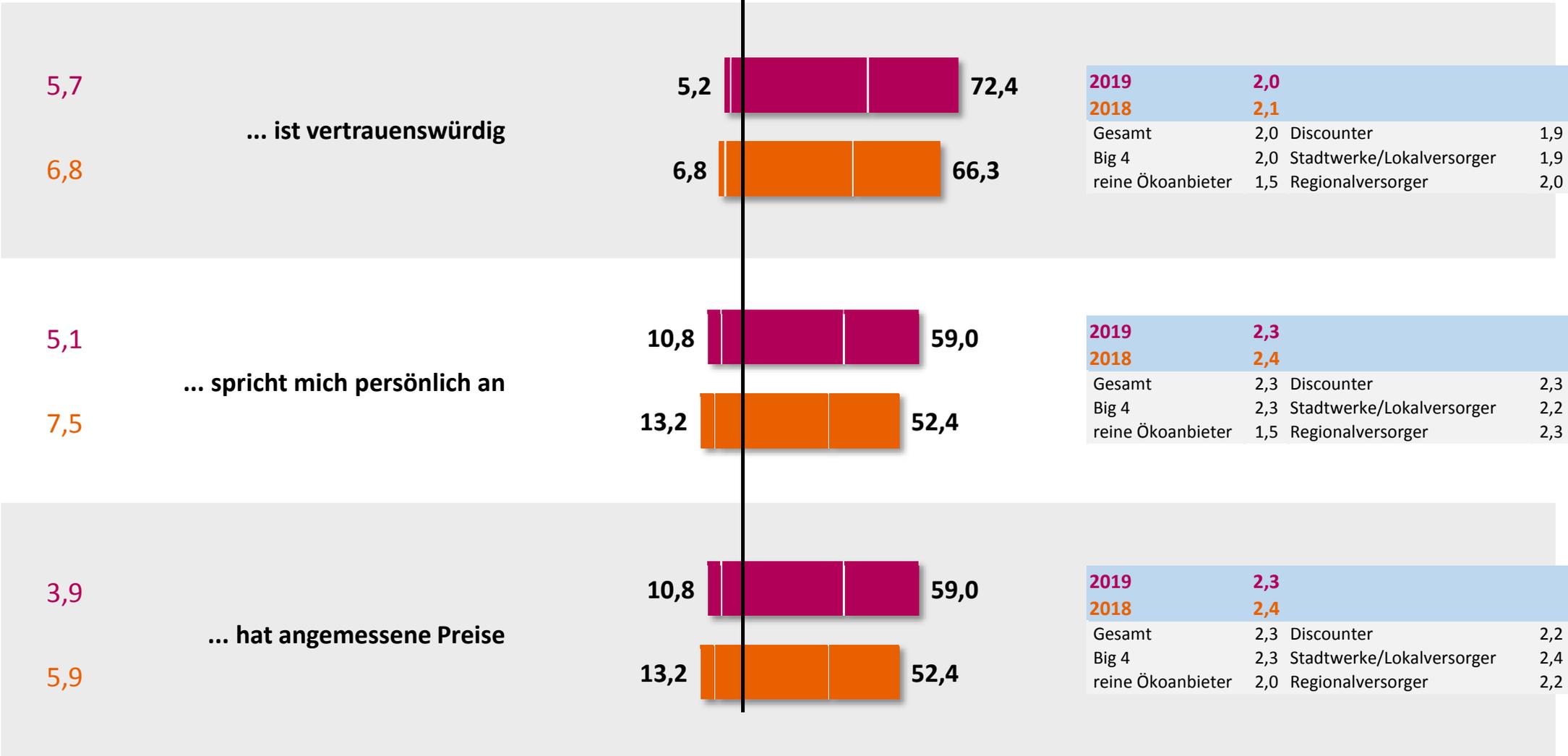
### Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

### Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

### Mittelwerte/Benchmarks



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

Angaben in %

# Image der Energieversorger 5/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

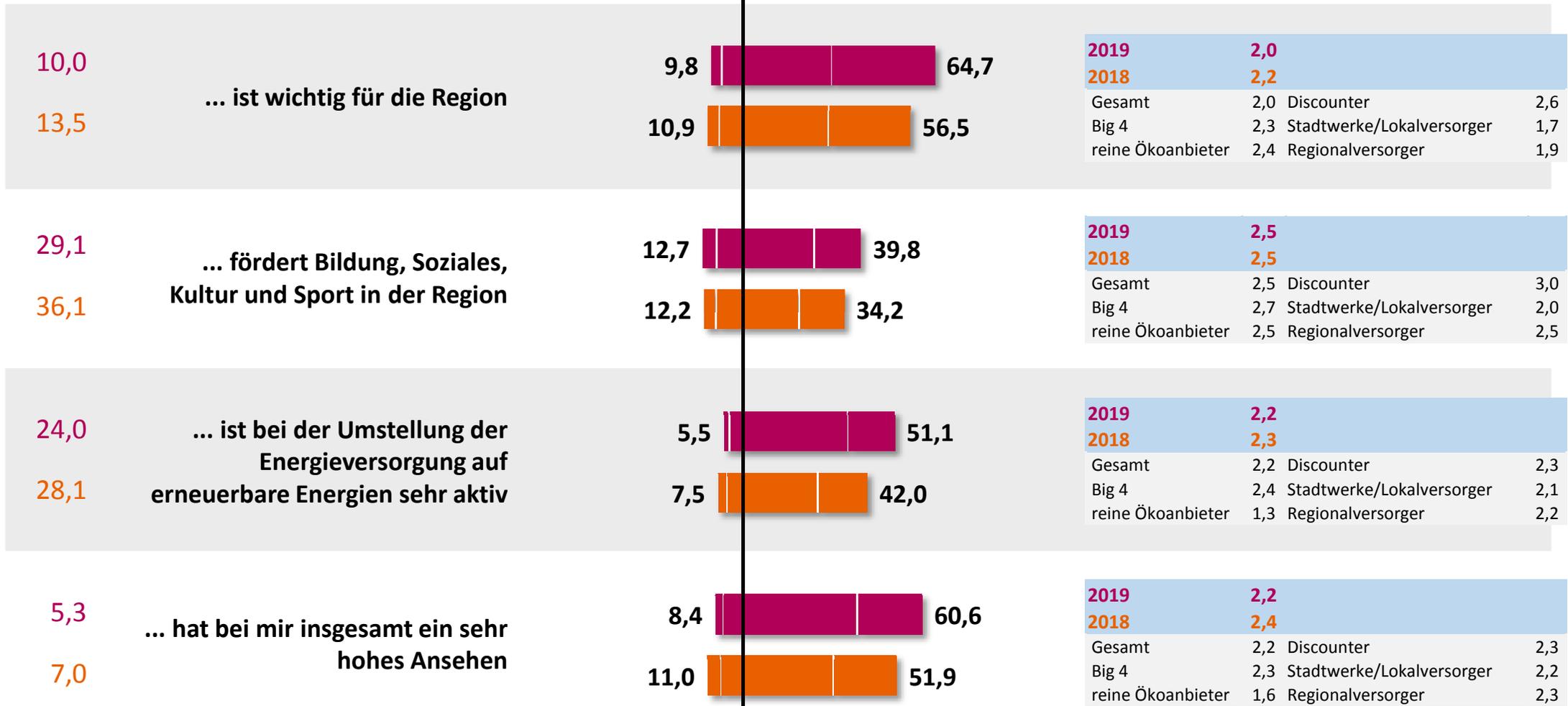
### Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

### Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

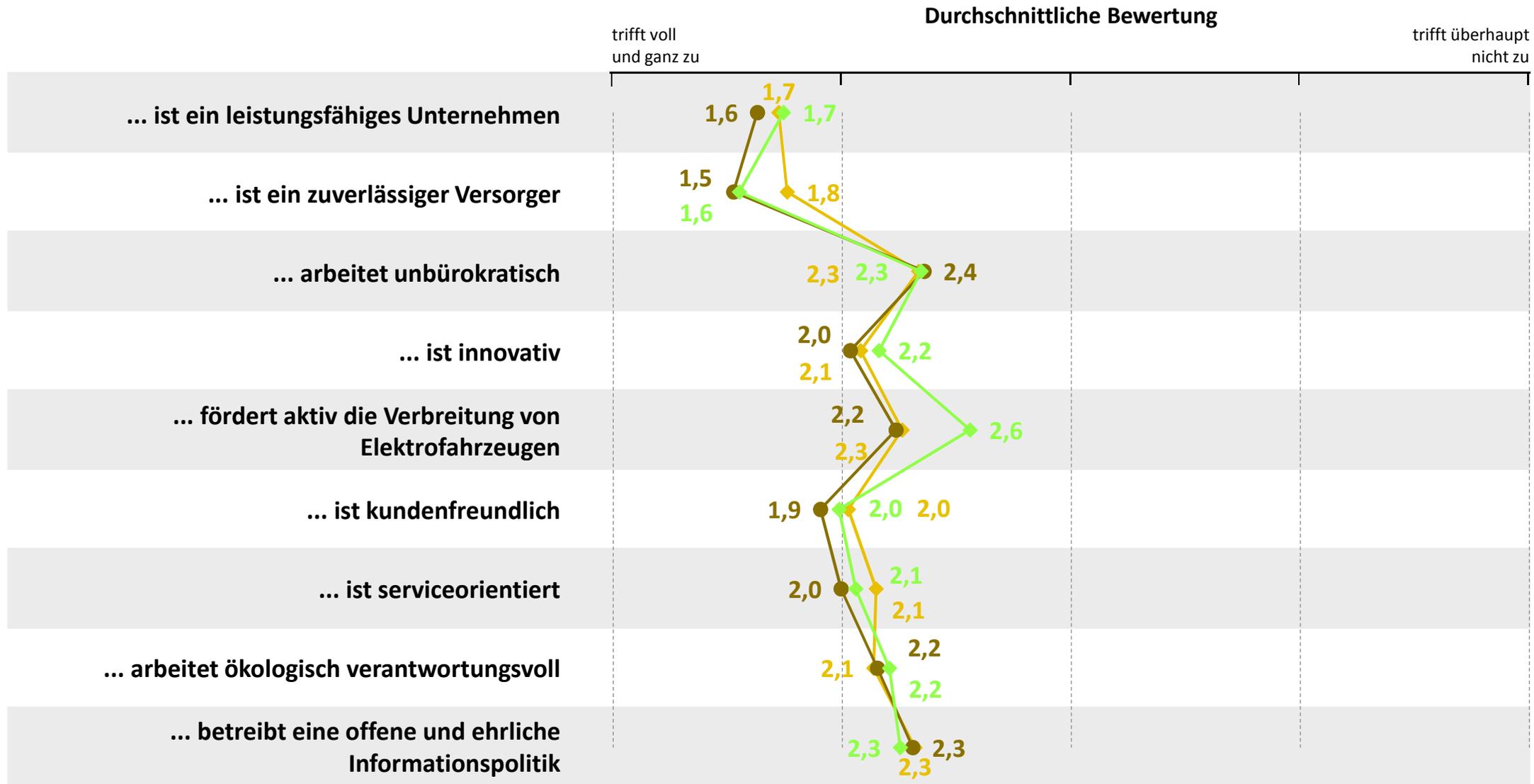
### Mittelwerte/Benchmarks



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

Angaben in %

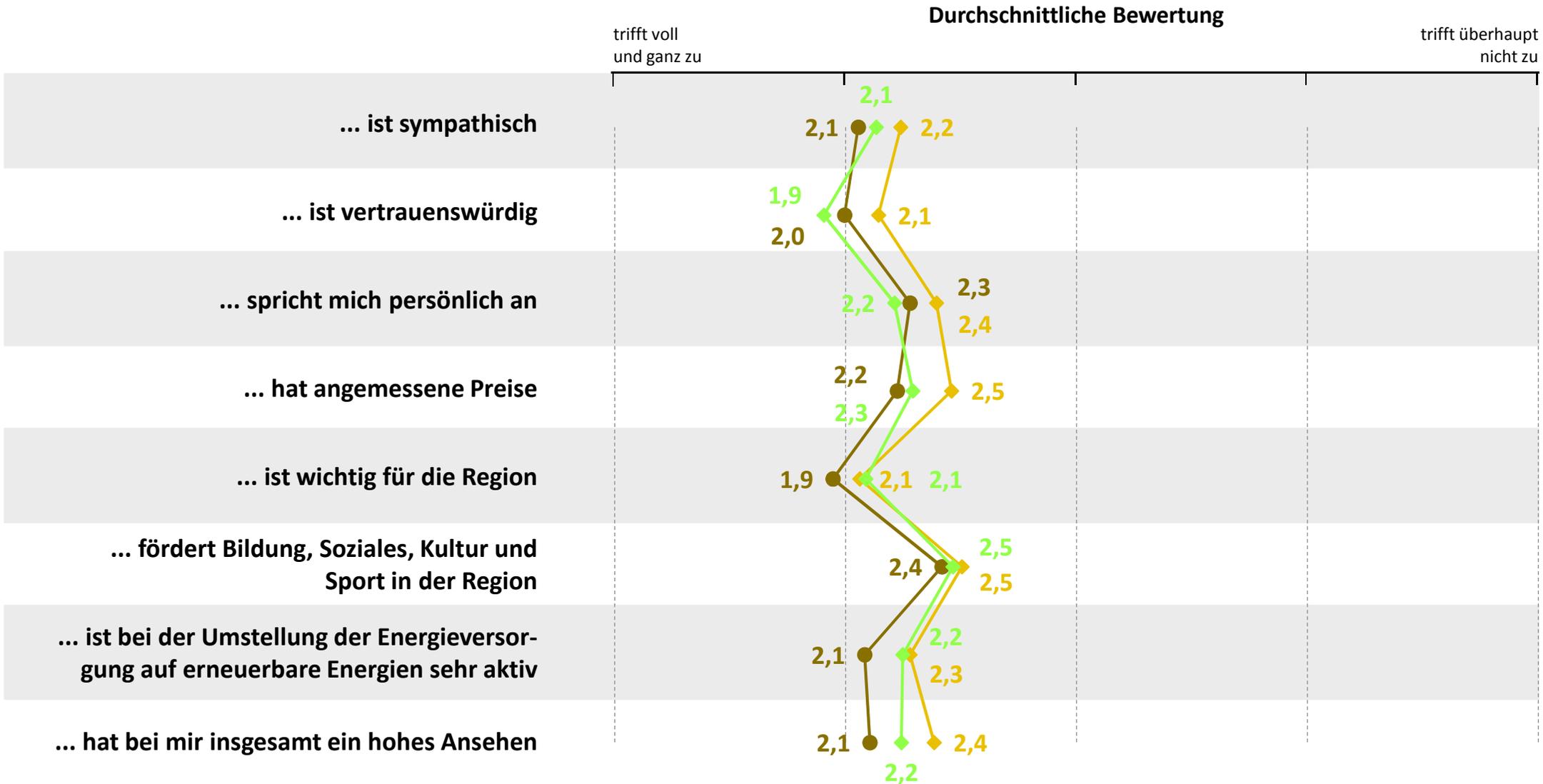
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 1/2



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

Durchschnittswerte

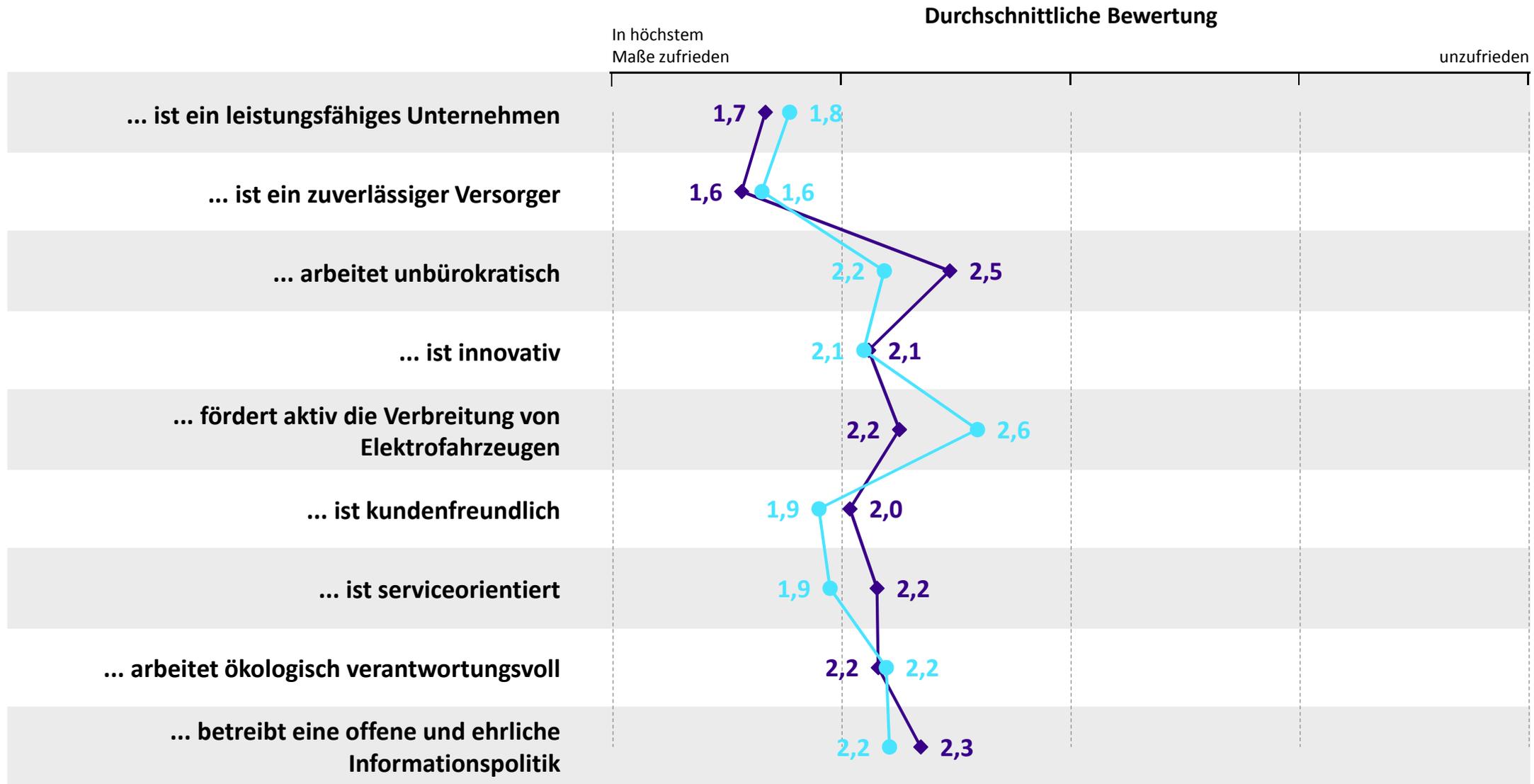
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 2/2



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

Durchschnittswerte

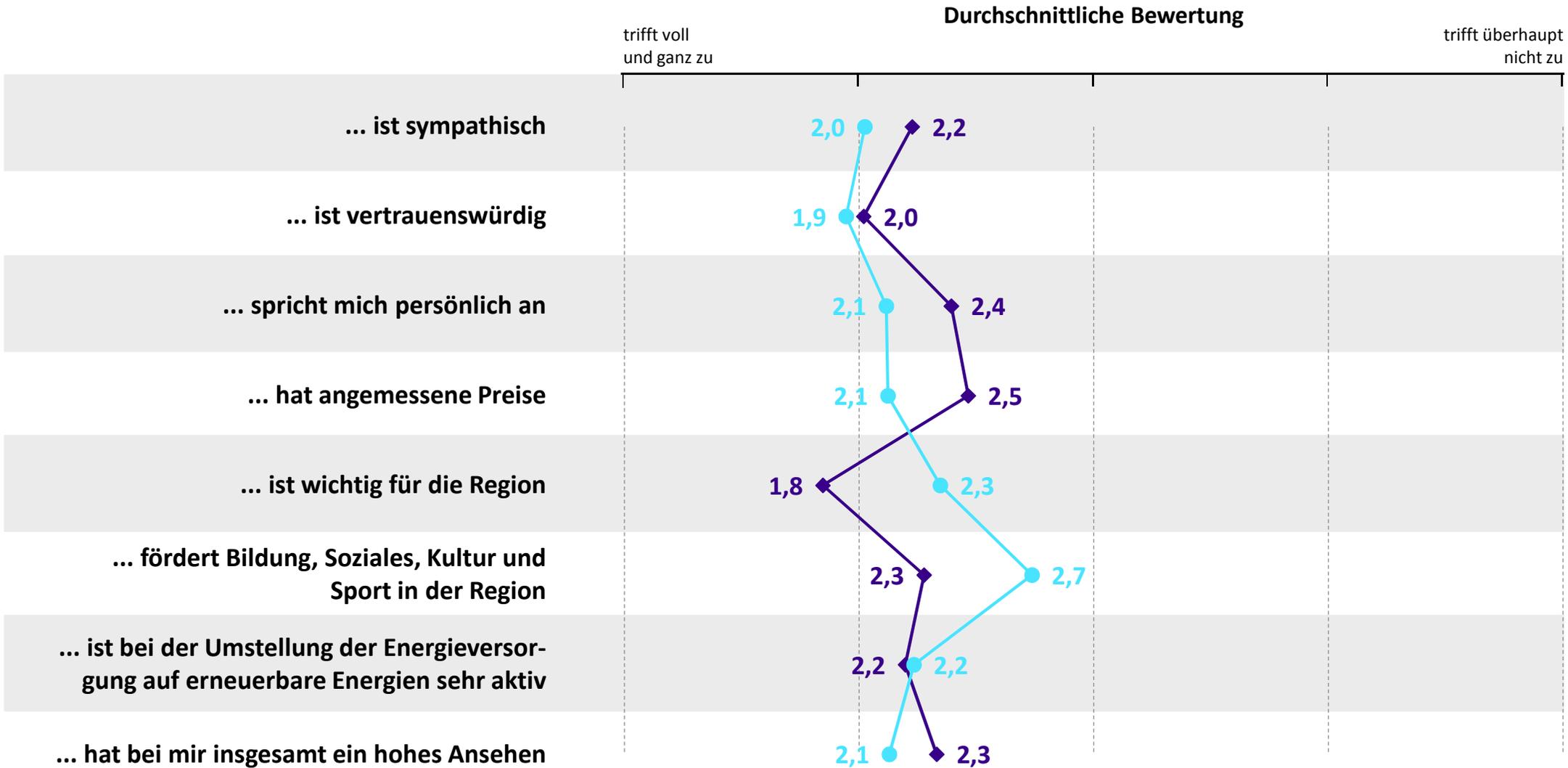
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel 1/2



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

Durchschnittswerte

# Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel 2/2

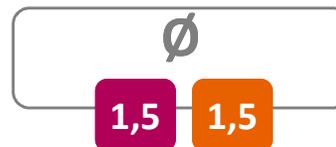
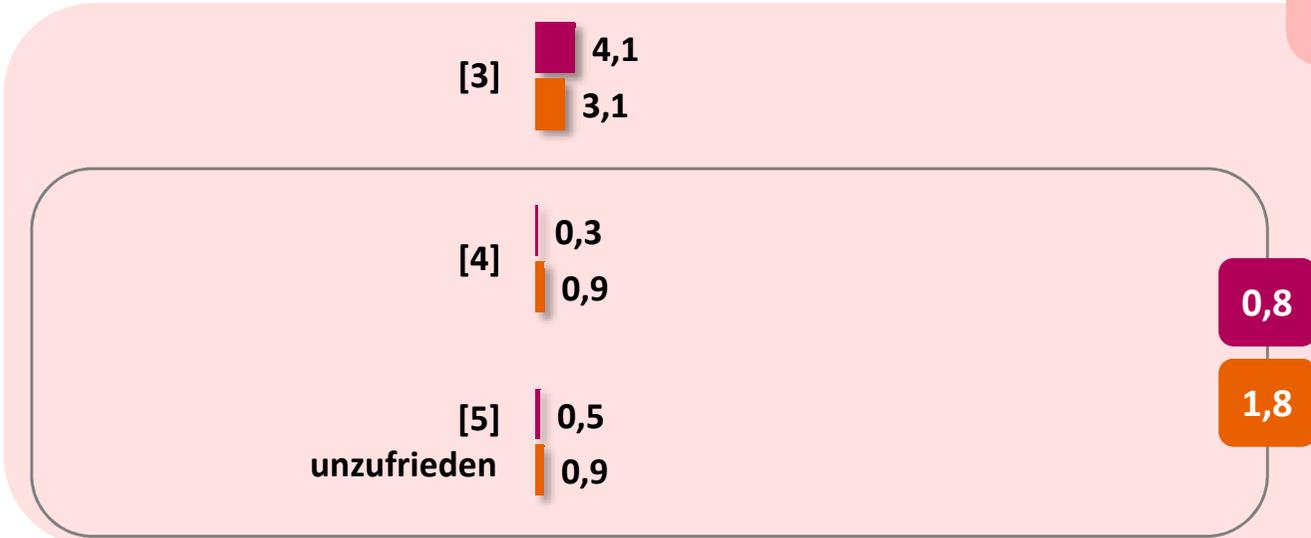
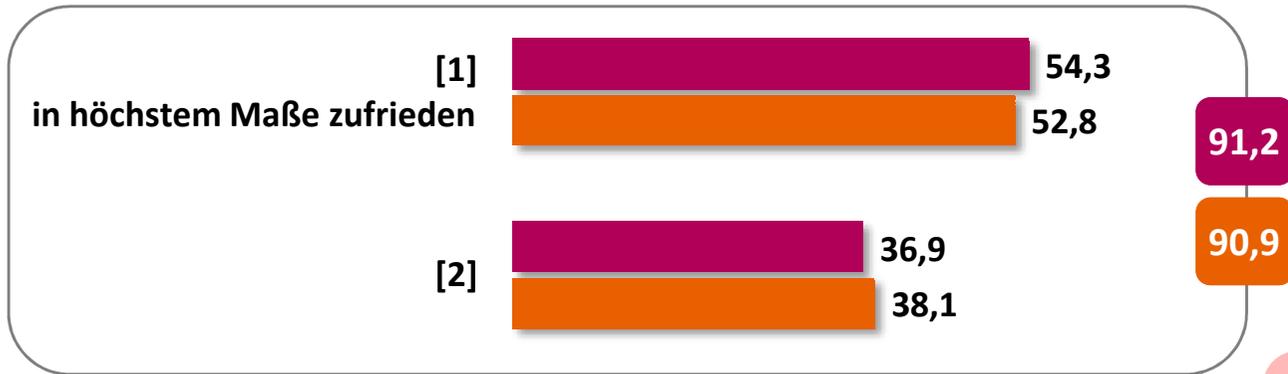


Frage 8: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Durchschnittswerte

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz

Bundesbenchmark	
Gesamt	0,0
Big 4	0,0
reine Ökoanbieter	0,0
Discounter	0,0
Stadtwerke/Lokalversorger	0,0
Regionalversorger	0,0



## Gründe für die Unzufriedenheit

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

n = 51

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Stromversorgung

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

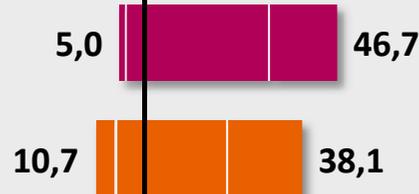
Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

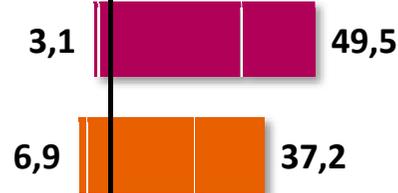
**Mittelwerte/Benchmarks**

32,9 ... dem Informationsverhalten des Energieversorgers bei Störungen im Leitungsnetz  
39,5



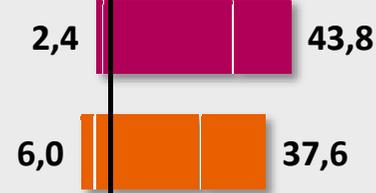
2019	2,2		
2018	2,3		
Gesamt	2,2	Discounter	2,2
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	2,2

33,7 ... der Geschwindigkeit der Störungsbehebung  
43,0



2019	2,1		
2018	2,2		
Gesamt	2,1	Discounter	2,1
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,0

41,0 ... der Unterstützung des Energieversorgers bei Störungen in der Kundenanlage  
45,0



2019	2,1		
2018	2,2		
Gesamt	2,1	Discounter	2,1
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	2,0

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

### Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

### Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

### Mittelwerte/Benchmarks

3,9

... der Verständlichkeit der Rechnung

4,8

3,7 79,1

7,5 76,7

<b>2019</b>	<b>1,9</b>		
<b>2018</b>	<b>1,9</b>		
Gesamt	1,9	Discounter	1,9
Big 4	1,9	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	1,7

6,2

... der Korrektheit der Rechnung

7,0

2,4 83,8

5,4 79,3

<b>2019</b>	<b>1,7</b>		
<b>2018</b>	<b>1,8</b>		
Gesamt	1,7	Discounter	1,6
Big 4	1,7	Stadtwerke/Lokalversorger	1,7
reine Ökoanbieter	1,4	Regionalversorger	1,6

25,4

... dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung

29,9

4,1 58,2

6,0 50,3

<b>2019</b>	<b>1,9</b>		
<b>2018</b>	<b>2,1</b>		
Gesamt	1,9	Discounter	1,8
Big 4	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	1,8
reine Ökoanbieter	1,4	Regionalversorger	1,8

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Preise & Verträge

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

5,4

... der Transparenz der Preisgestaltung

7,9

5,9

12,0

64,6

62,2

**2019**

**2,1**

**2018**

**2,2**

Gesamt	2,1	Discounter	2,0
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	1,9

11,7

... der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung

11,9

9,0

13,9

54,9

53,9

**2019**

**2,3**

**2018**

**2,3**

Gesamt	2,3	Discounter	2,3
Big 4	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,1	Regionalversorger	2,2

20,6

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

22,2

4,6

9,9

51,9

50,8

**2019**

**2,2**

**2018**

**2,2**

Gesamt	2,2	Discounter	2,1
Big 4	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	2,2

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Tarife

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

10,7

**... dem Angebot unterschiedlicher Tarife bei Ihrem Energieversorger**

14,3

6,6

10,9

58,7

51,9

2019	2,2		
2018	2,3		
Gesamt	2,2	Discounter	2,1
Big 4	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,2

7,3

**... der Attraktivität der angebotenen Tarife**

9,8

8,2

13,5

58,6

55,8

2019	2,3		
2018	2,3		
Gesamt	2,3	Discounter	2,1
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,3

7,8

**... der Einfachheit und Transparenz der Tarife**

9,8

9,2

12,2

57,7

59,2

2019	2,3		
2018	2,2		
Gesamt	2,3	Discounter	2,2
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,2

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Erreichbarkeit & Termine

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

**... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger**

14,9

18,4

5,4 | 63,3

8,5 | 58,9

2019	2,1	2018	2,1
Gesamt	2,1	Discounter	2,1
Big 4	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	2,0

**... den Geschäftszeiten Ihres Energieversorgers**

12,6

19,5

4,2 | 61,2

7,0 | 55,4

2019	2,1	2018	2,1
Gesamt	2,1	Discounter	2,1
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,1

**... der Einhaltung abgesprochener Termine**

25,6

31,8

3,2 | 59,4

5,5 | 51,1

2019	2,0	2018	2,0
Gesamt	2,0	Discounter	1,9
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	1,8

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Mitarbeitermerkmale

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

11,6

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

16,8

3,4 | 71,4

5,3 | 63,7

<b>2019</b>	<b>1,8</b>		
<b>2018</b>	<b>1,9</b>		
Gesamt	1,8	Discounter	1,9
Big 4	1,9	Stadtwerke/Lokalversorger	1,8
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	1,8

14,5

... dem Einsatz der Mitarbeiter

18,7

5,4 | 64,9

7,7 | 56,2

<b>2019</b>	<b>2,0</b>		
<b>2018</b>	<b>2,1</b>		
Gesamt	2,0	Discounter	1,8
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,0

33,3

... dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen

37,5

4,6 | 51,5

7,3 | 42,6

<b>2019</b>	<b>2,1</b>		
<b>2018</b>	<b>2,2</b>		
Gesamt	2,1	Discounter	2,0
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,1

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungskompetenz

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

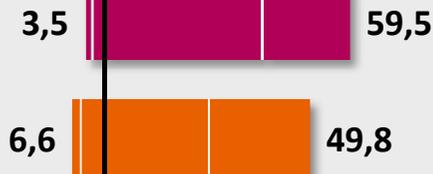
Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

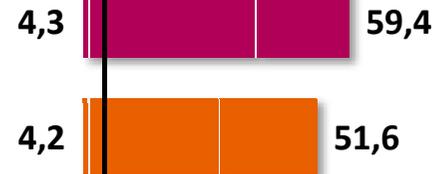
**Mittelwerte/Benchmarks**

20,1 ... der Verständlichkeit von Beratungsleistungen Ihres Energieversorgers  
23,8



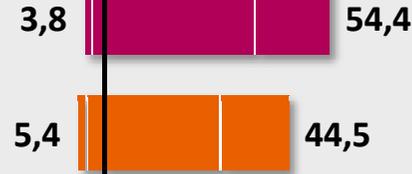
2019	2,1	2018	2,1
Gesamt	2,1	Discounter	2,1
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	1,9

18,3 ... der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers allgemein  
25,1



2019	2,1	2018	2,1
Gesamt	2,1	Discounter	2,1
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	2,0

23,2 ... der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers bzgl. der Besonderheiten Ihrer Branche  
30,5



2019	2,1	2018	2,2
Gesamt	2,1	Discounter	2,2
Big 4	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,2

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

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungsumfang & -qualität

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

19,2

... dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes

25,4

3,1

5,5



58,9

50,2

**2019**

**2,1**

**2018**

**2,2**

Gesamt	2,1	Discounter	2,1
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,0

18,8

... der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebot

26,7

3,1

5,6



60,4

53,2

**2019**

**2,1**

**2018**

**2,1**

Gesamt	2,1	Discounter	2,0
Big 4	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	1,9

21,2

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

27,2

7,7

13,1



51,4

42,0

**2019**

**2,3**

**2018**

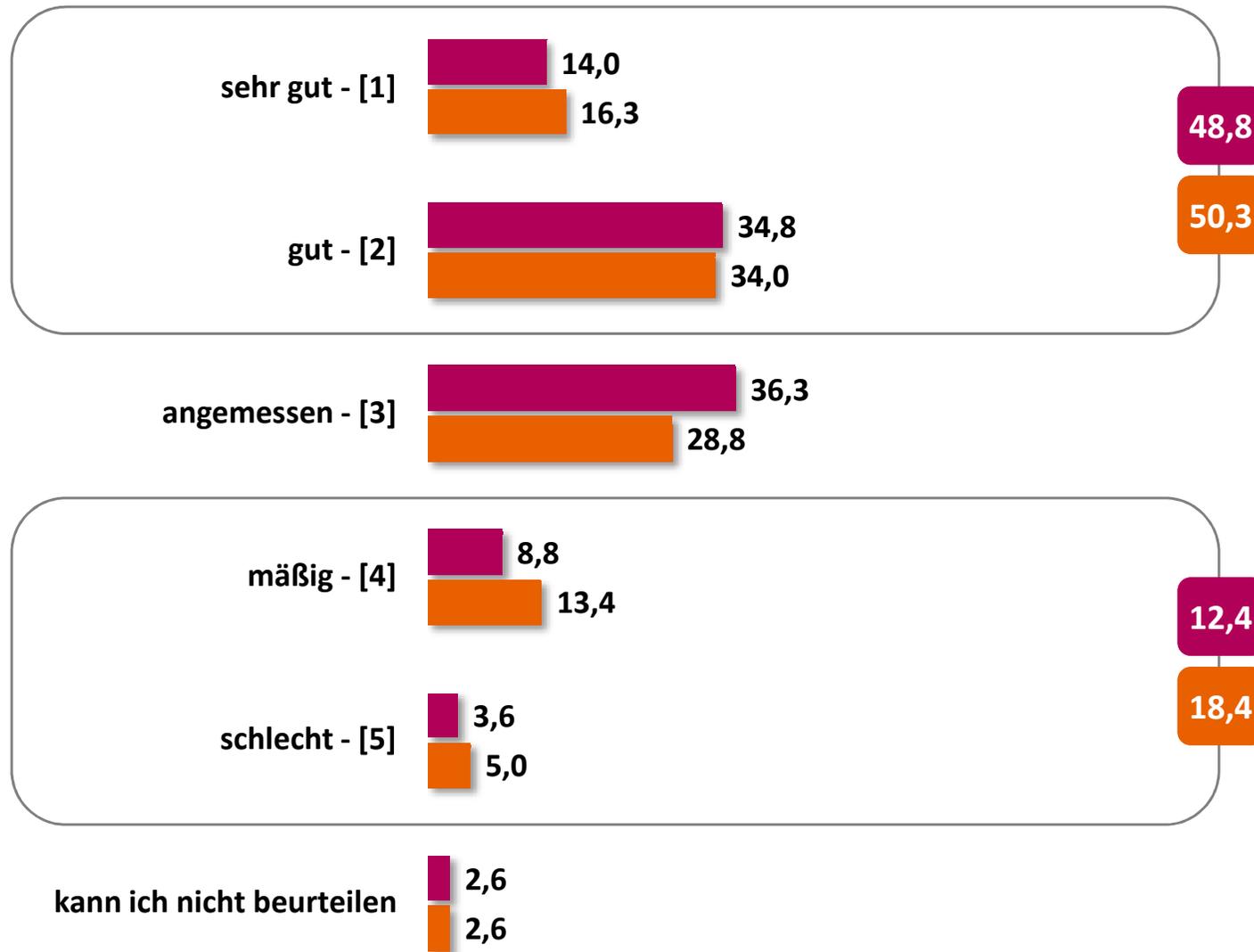
**2,4**

Gesamt	2,3	Discounter	2,4
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	2,4

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

Angaben in %

# Preis-Leistungs-Verhältnis – Strom

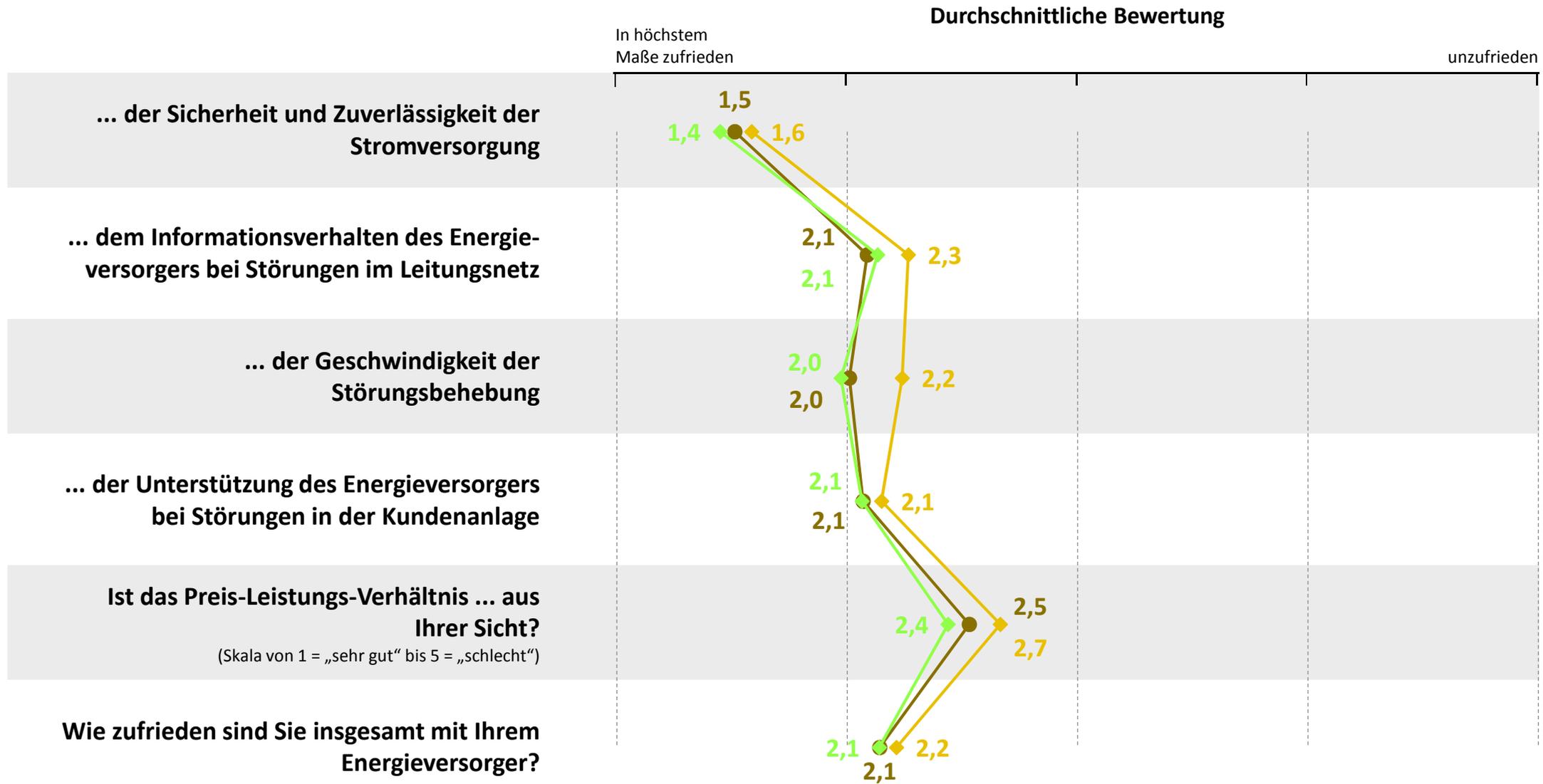


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,5
Big 4	2,5
reine Ökoanbieter	2,1
Discounter	2,4
Stadtwerte/Lokalversorger	2,6
Regionalversorger	2,5

Frage 17: Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?  
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Ihrer Sicht ...?

Angaben in %

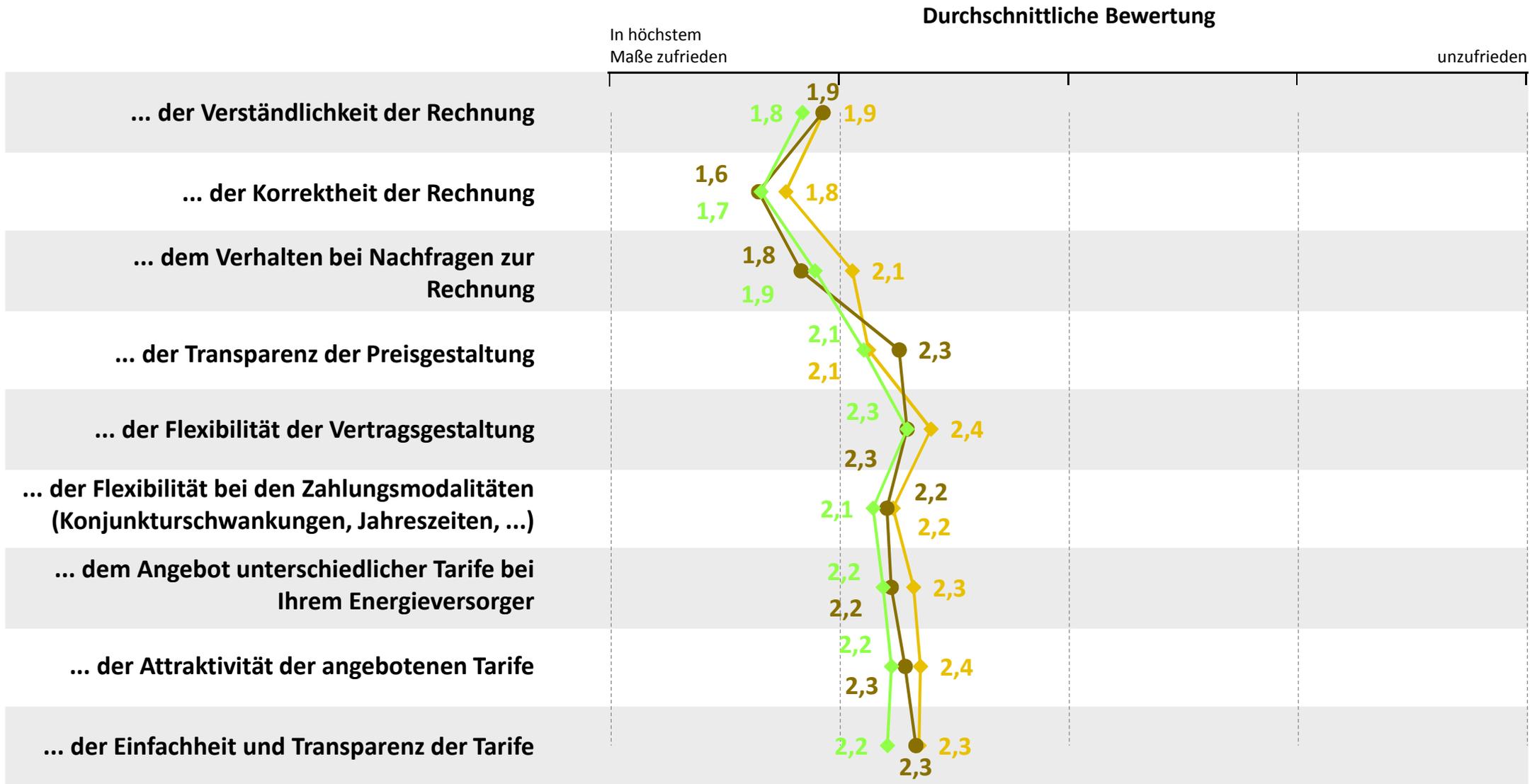
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 1/4



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

Durchschnittswerte

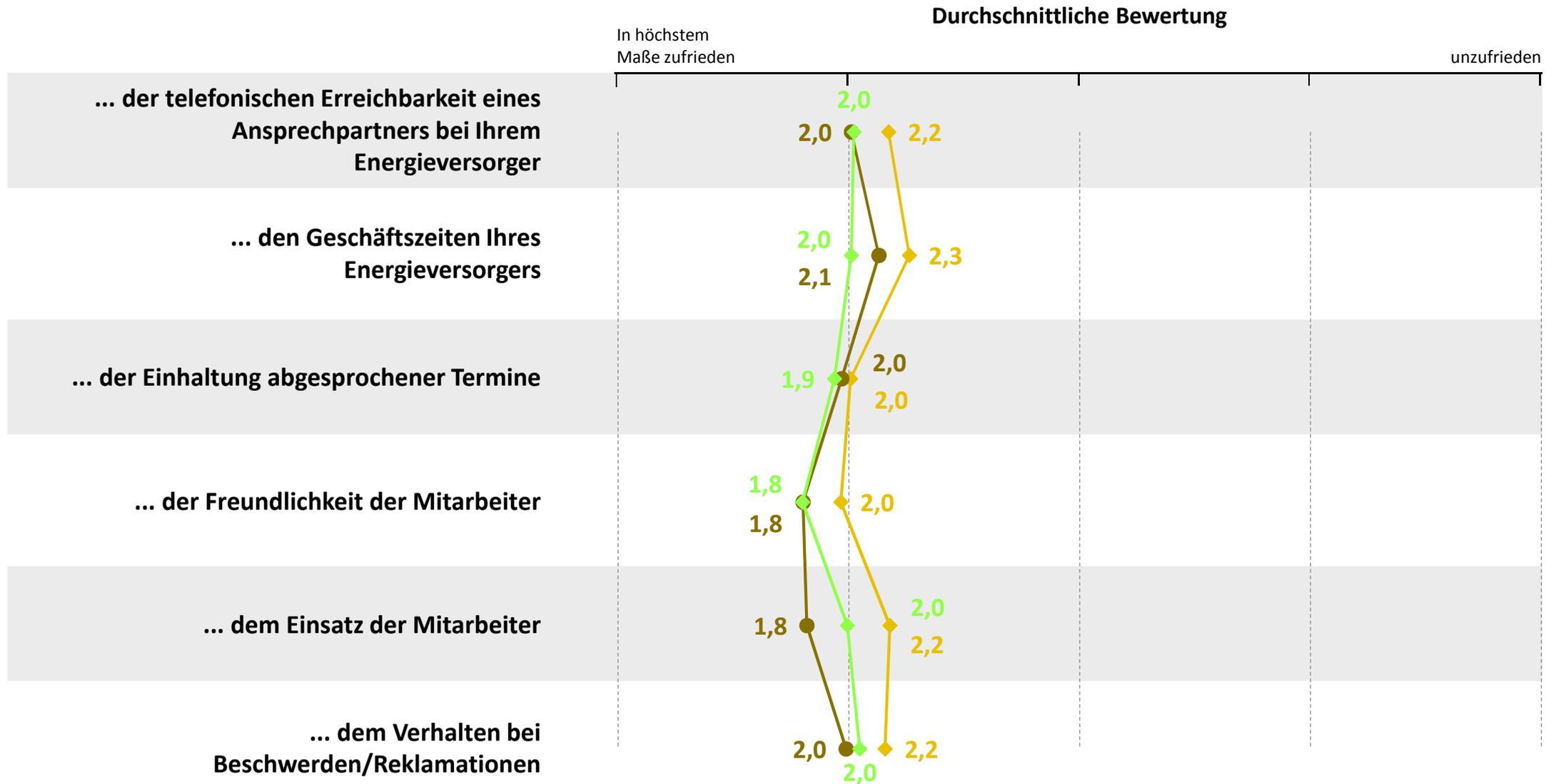
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 2/4



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

Durchschnittswerte

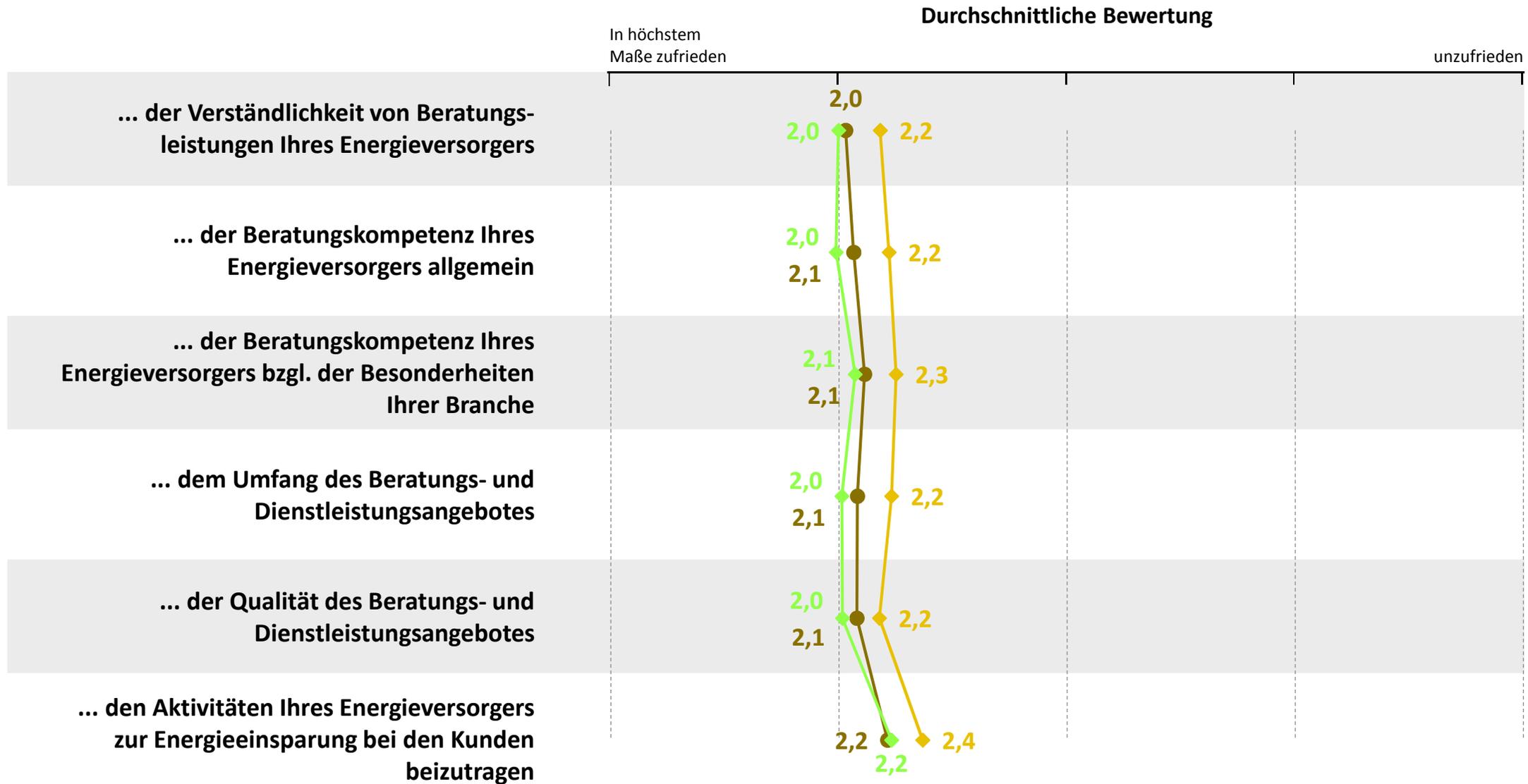
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 3/4



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

Durchschnittswerte

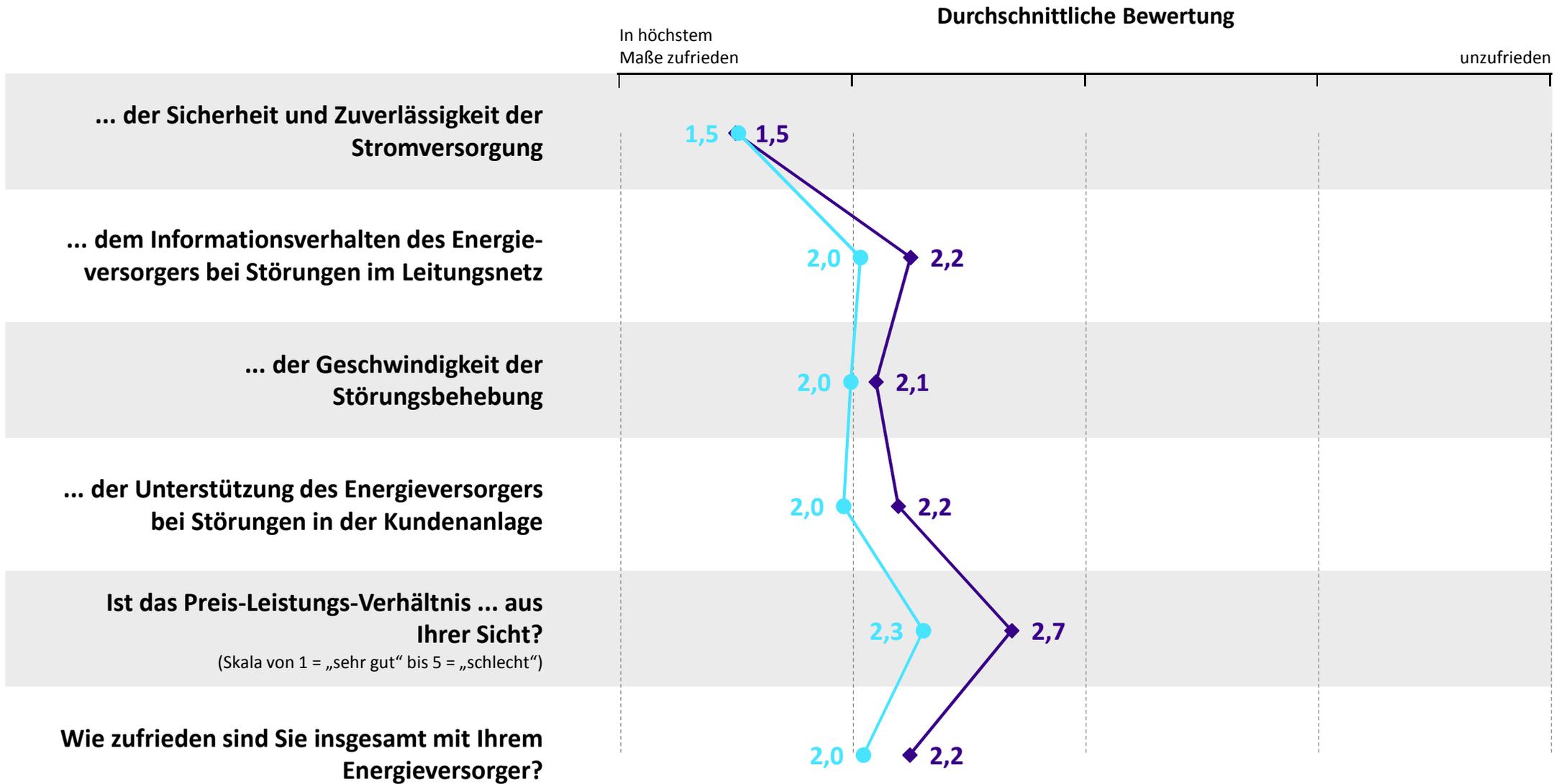
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 4/4



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

Durchschnittswerte

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 1/4

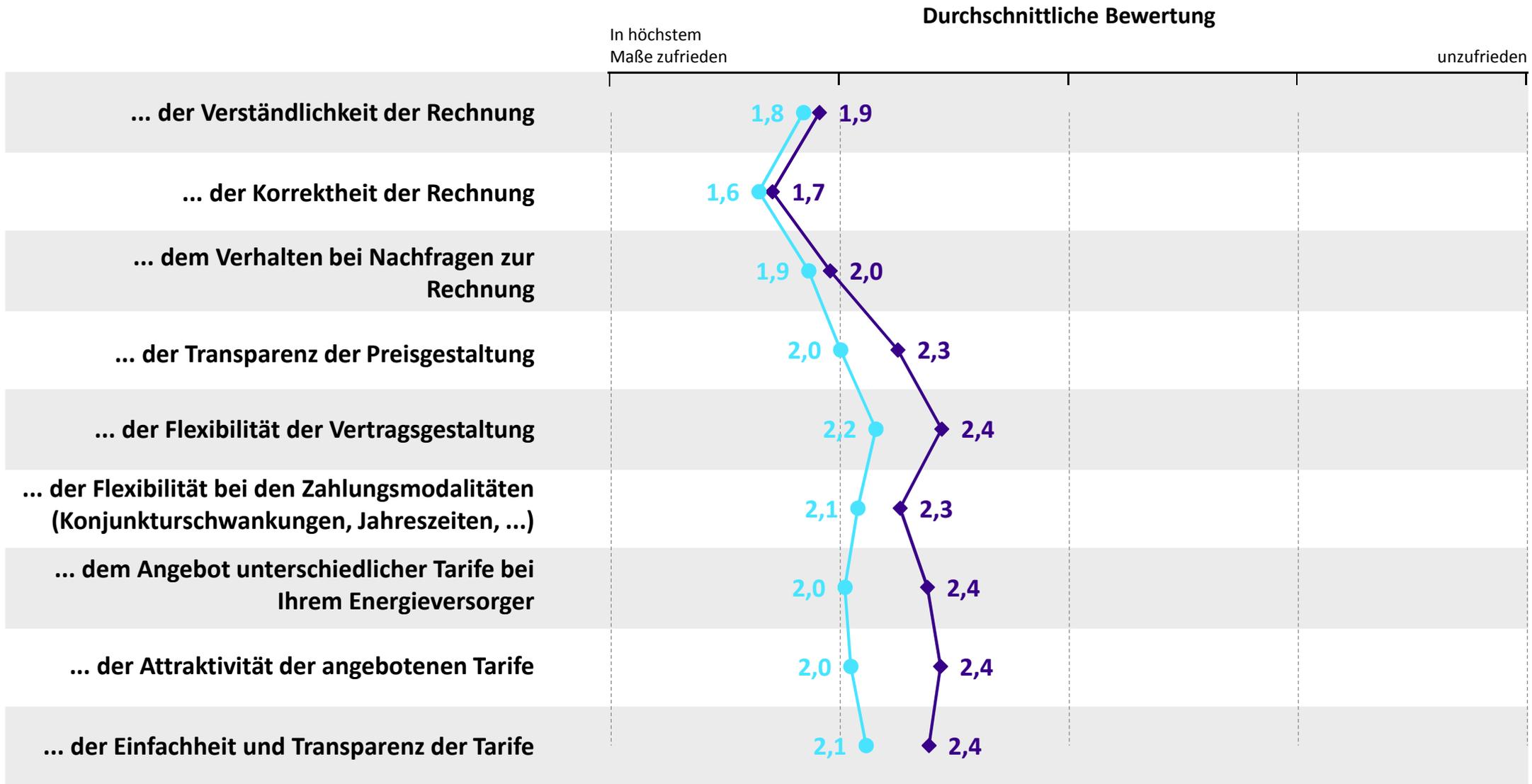


Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 601) ■ Versorgerwechsel (n = 439)

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 2/4

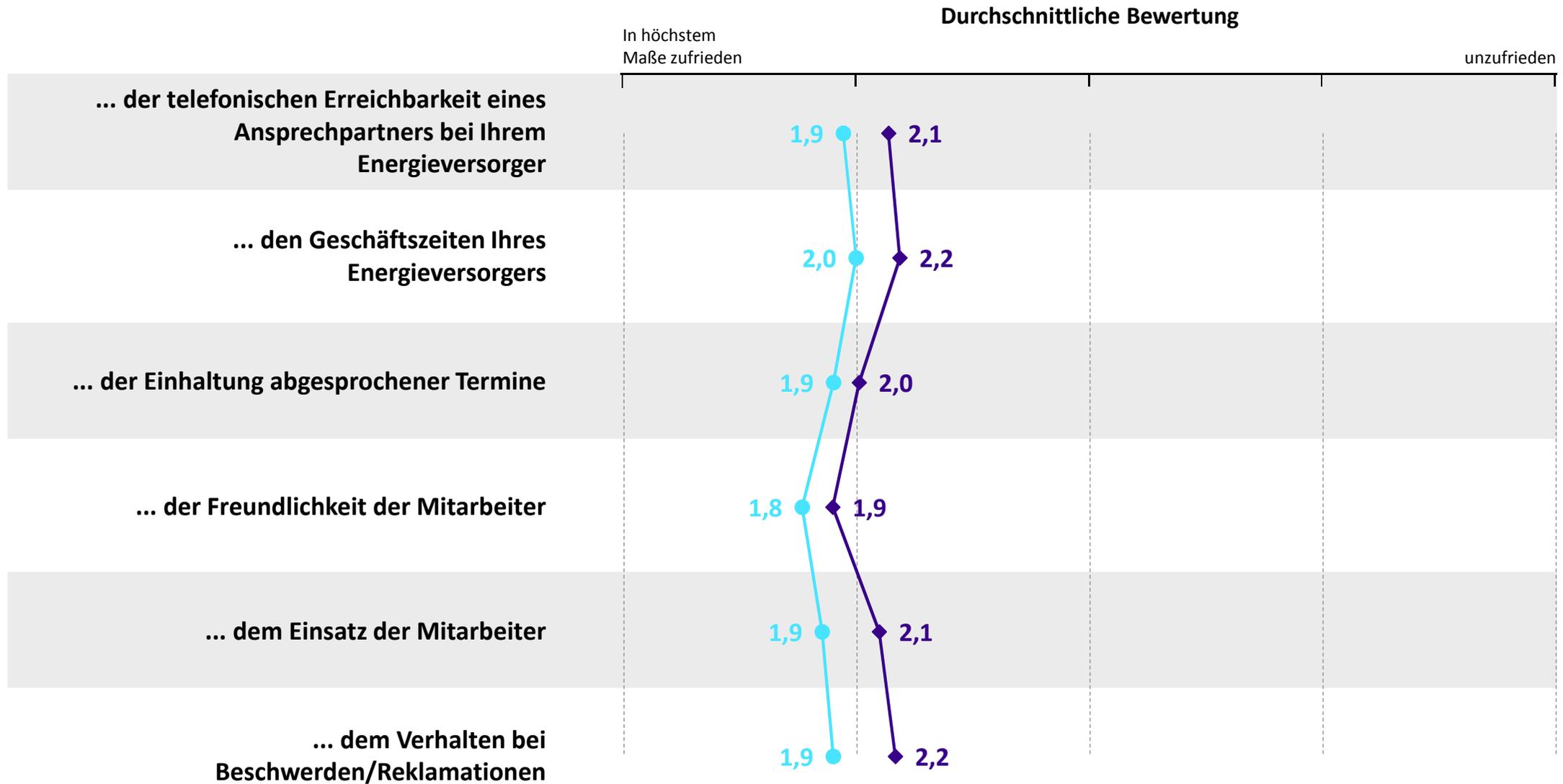


Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 601)   ■ Versorgerwechsel (n = 439)

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 3/4

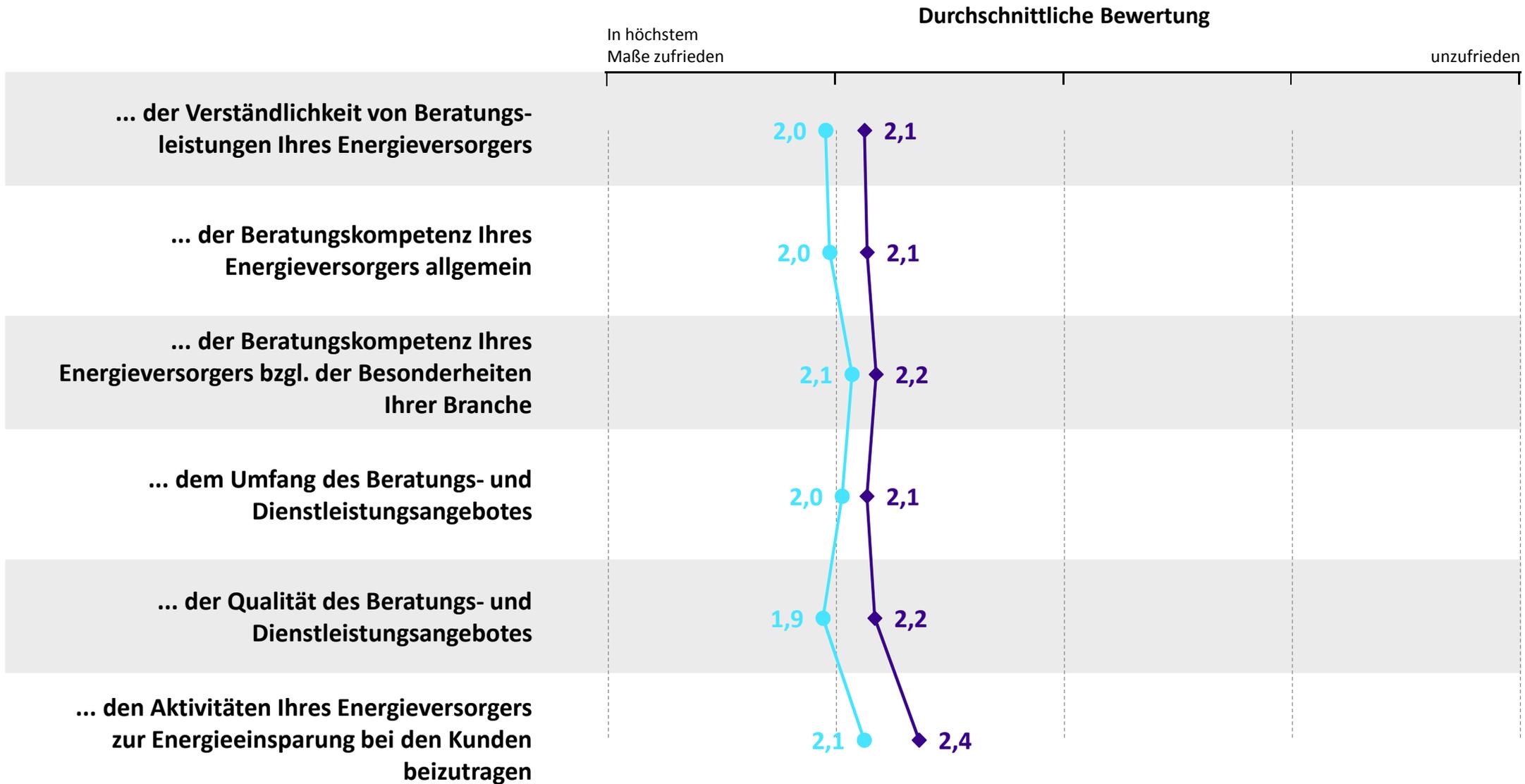


Frage 16: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 601) ■ Versorgerwechsel (n = 439)

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 4/4



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

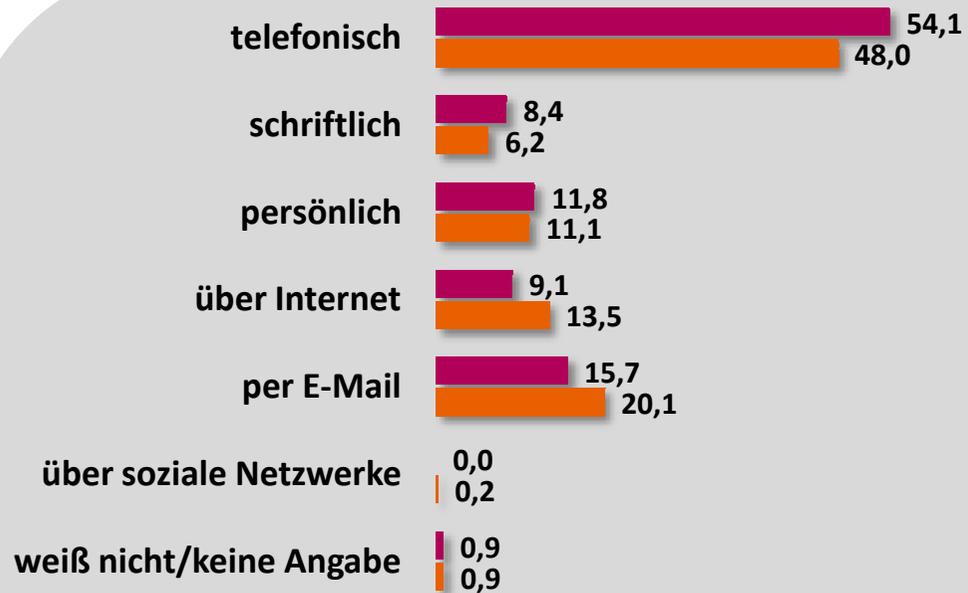
Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 601) ■ Versorgerwechsel (n = 439)

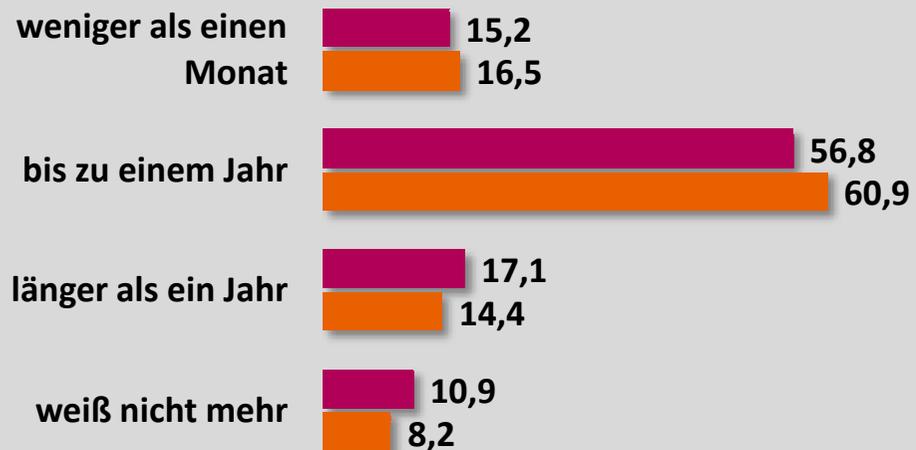
# Ablauf des letzten Kontaktes



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

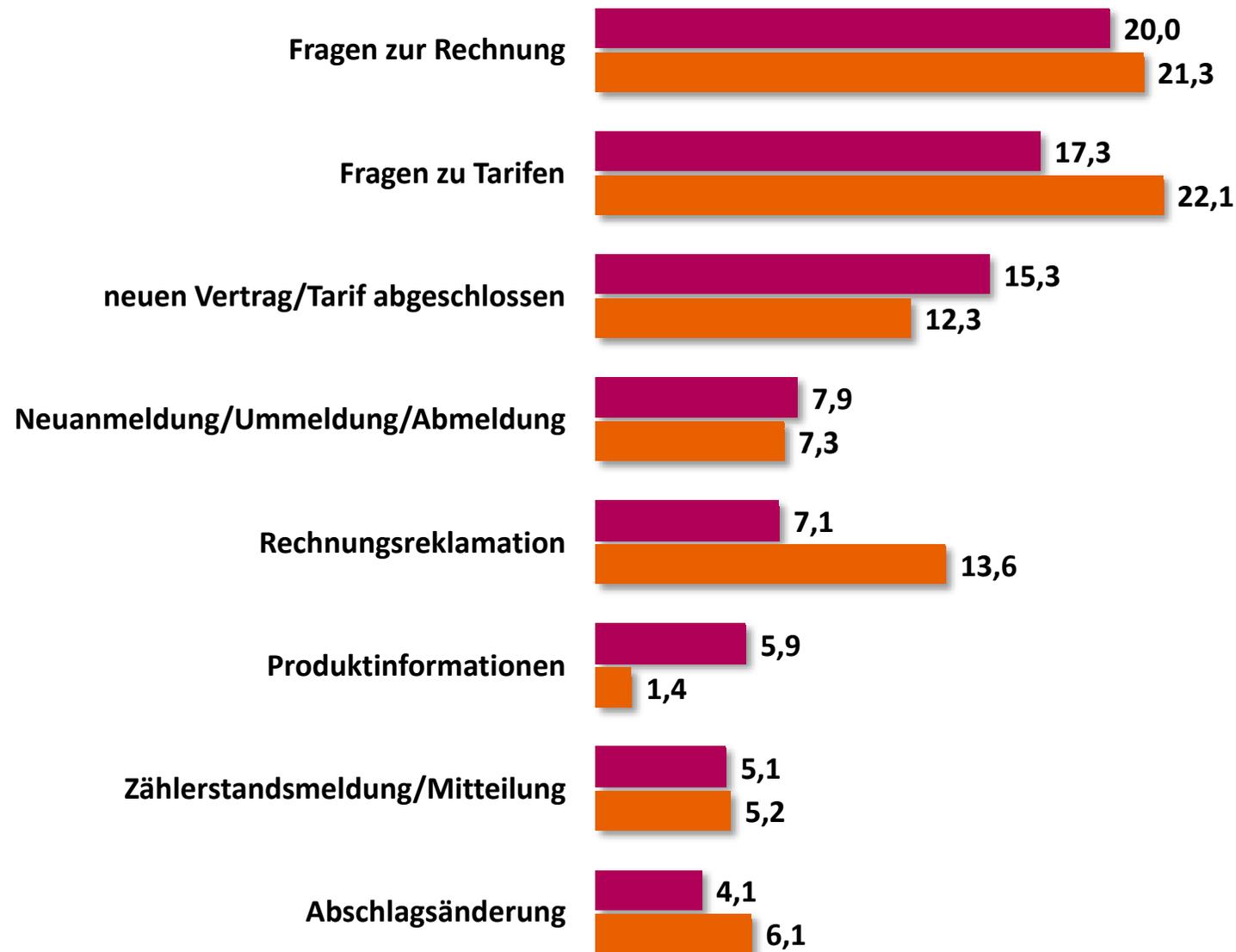


Frage 15.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?



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

# Anlass für den letzten Kontakt



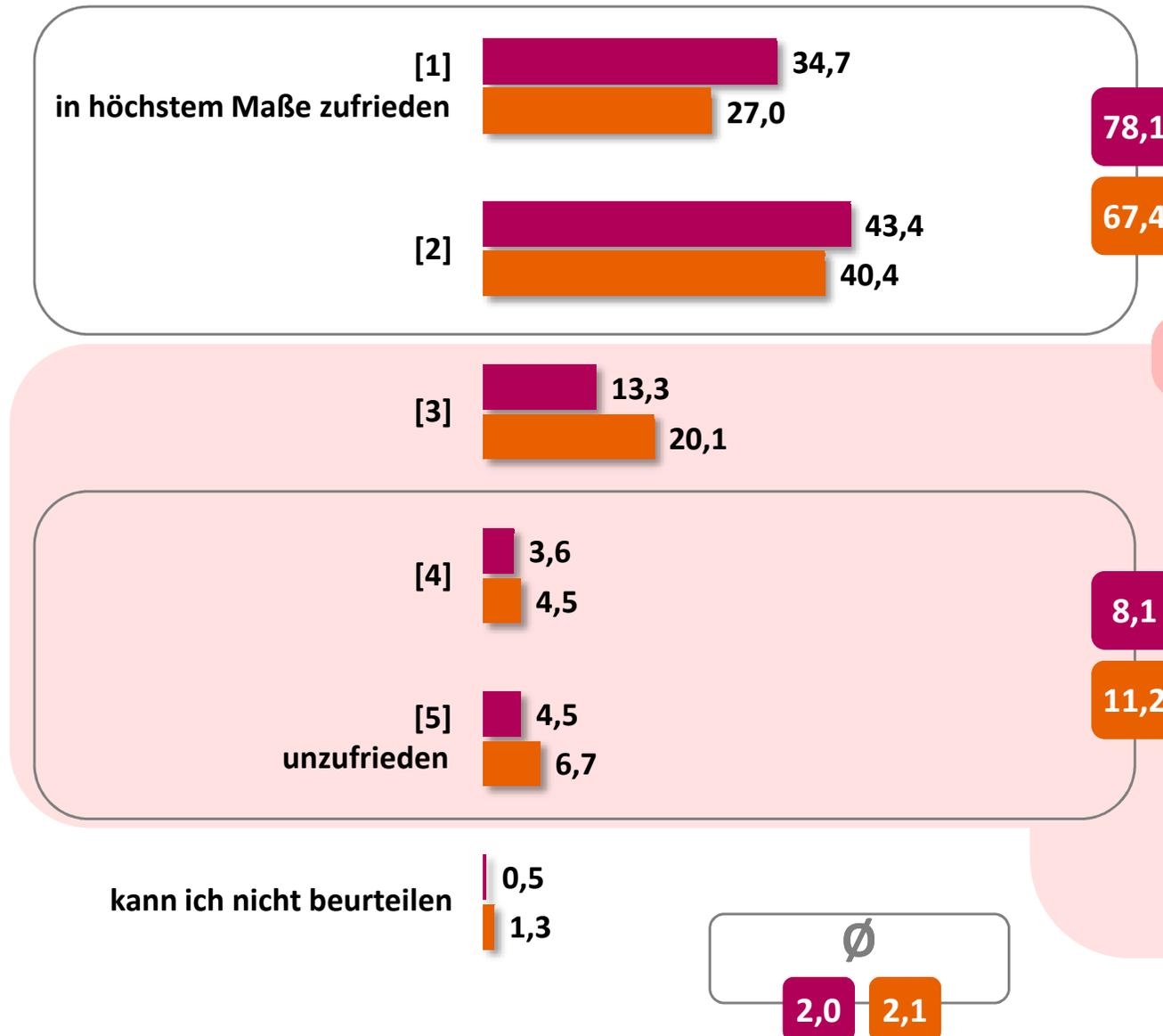
Frage 15.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

■ Studie 2019 (n = 506)

■ Studie 2018 (n = 551)

# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes

Bundesbenchmark	
Gesamt	2,0
Big 4	2,0
reine Ökoanbieter	2,3
Discounter	1,8
Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
Regionalversorger	2,1



## Gründe für die Unzufriedenheit

1. Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
2. es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
3. mangelnde Kompetenz des Ansprechpartners
4. unfreundlicher Ansprechpartner
5. mangelnde Kulanz

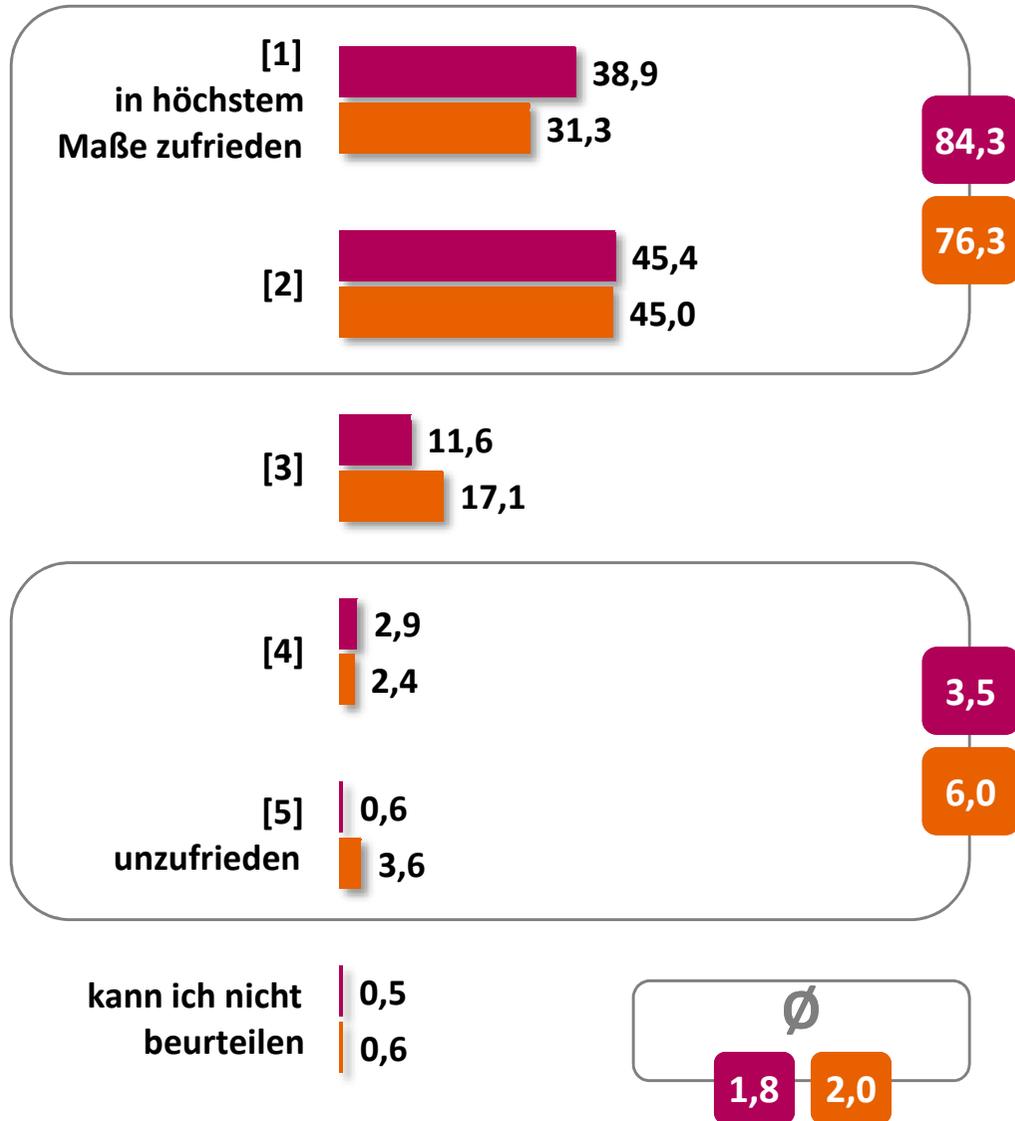
n = 108

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

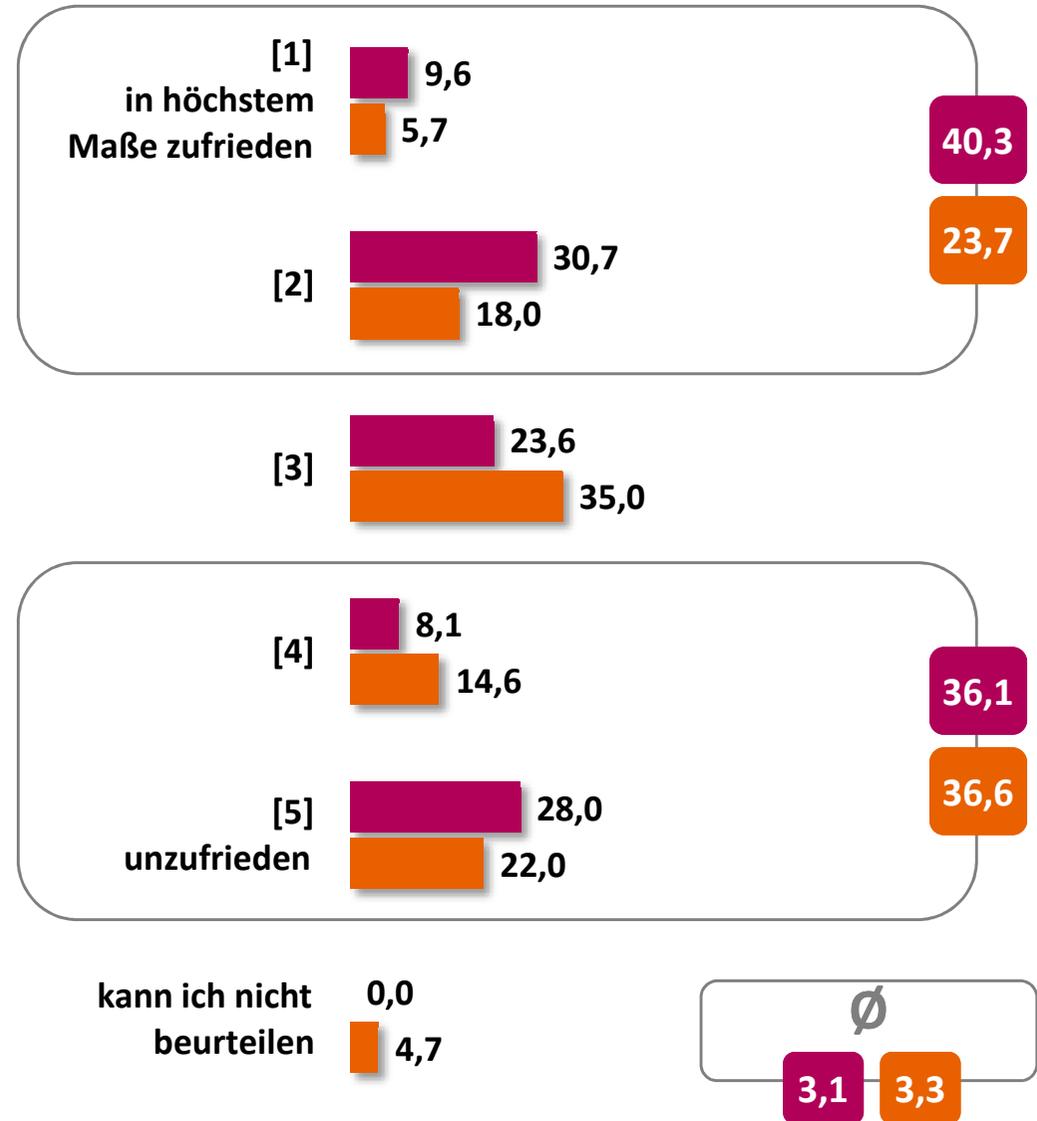
Angaben in %

# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund

## Anfrage/anderer Grund



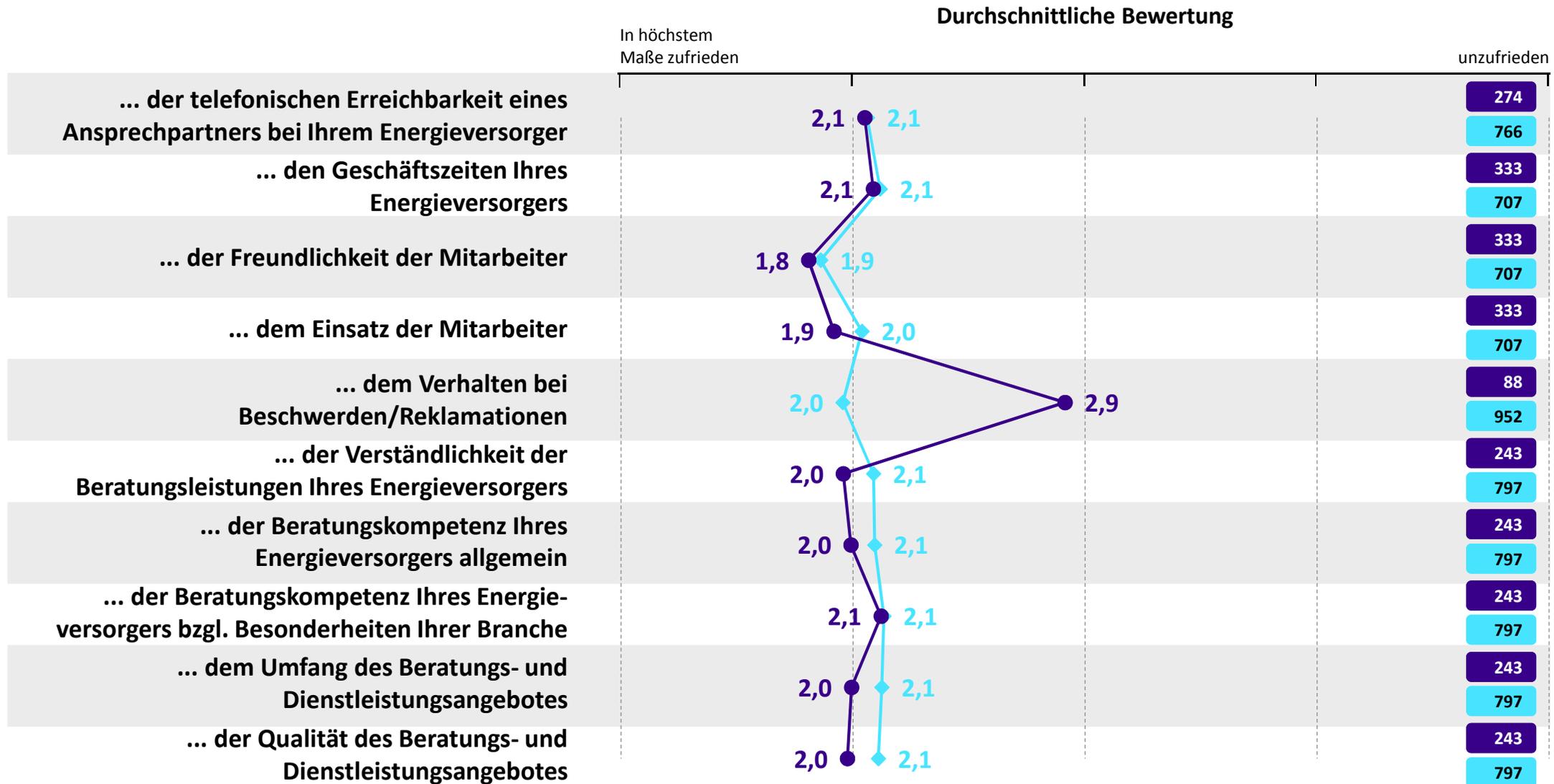
## Beschwerde



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

Angaben in %

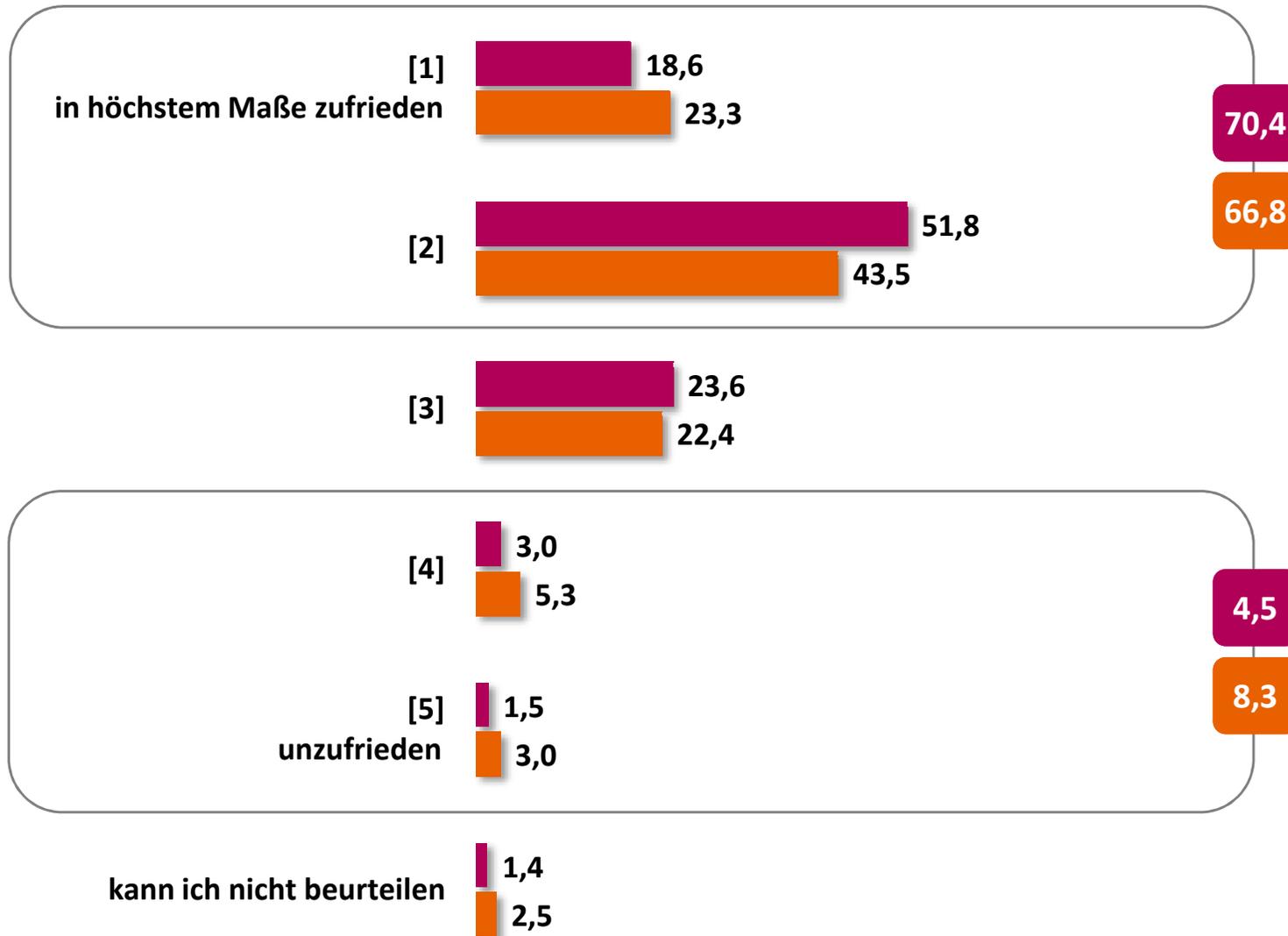
# Tatsächlich erlebte Kundenzufriedenheit



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

Durchschnittswerte

# A'posteriori-Gesamtzufriedenheit



Bundesbenchmark	
Gesamt	2,2
Big 4	2,2
reine Ökoanbieter	1,9
Discounter	2,1
Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
Regionalversorger	2,2

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

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

## **Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft**

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

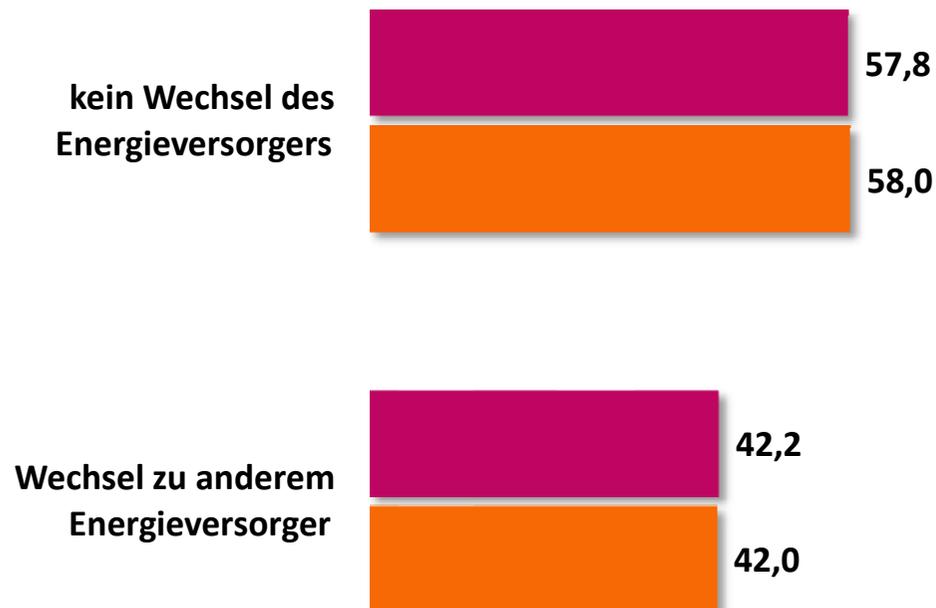
## Wechselquote

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

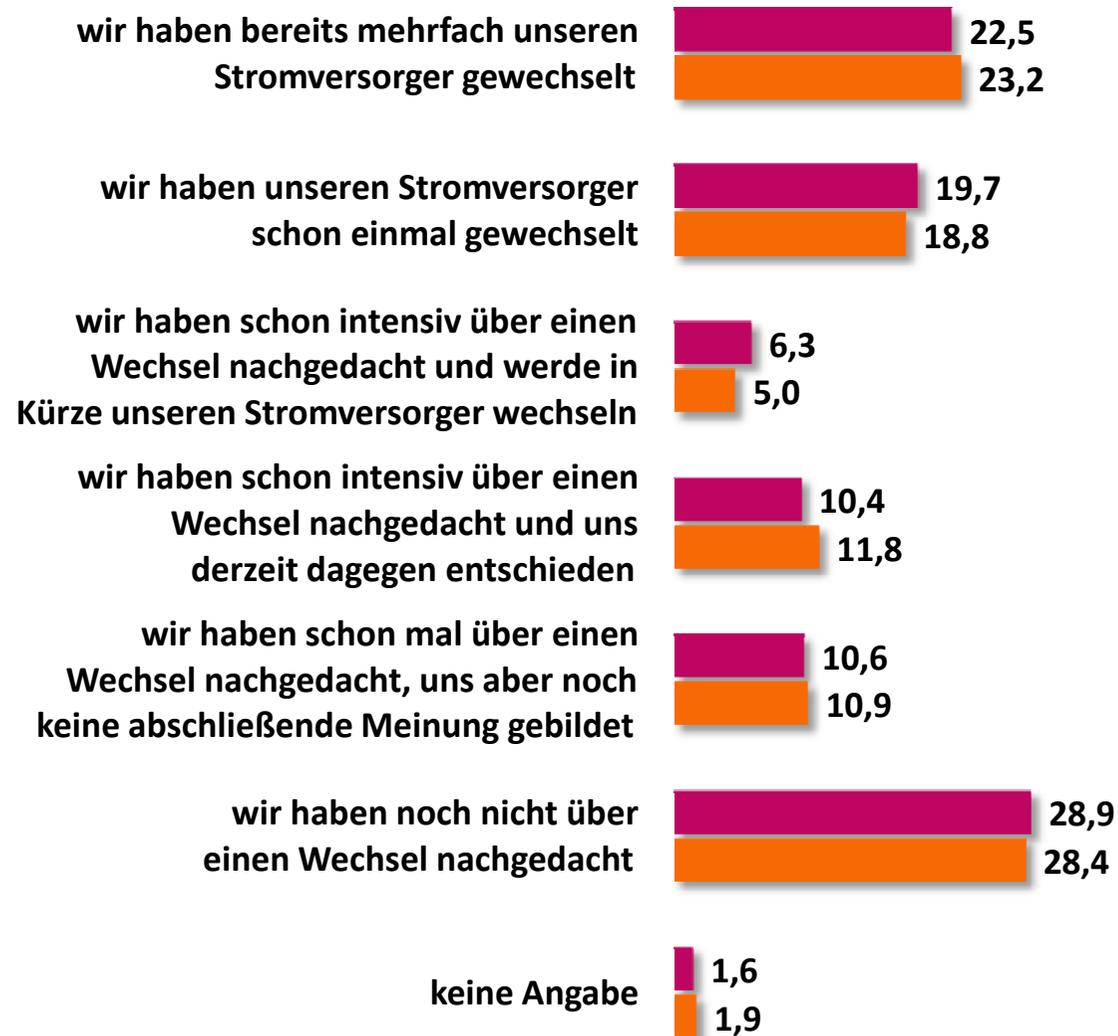
- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

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

Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:



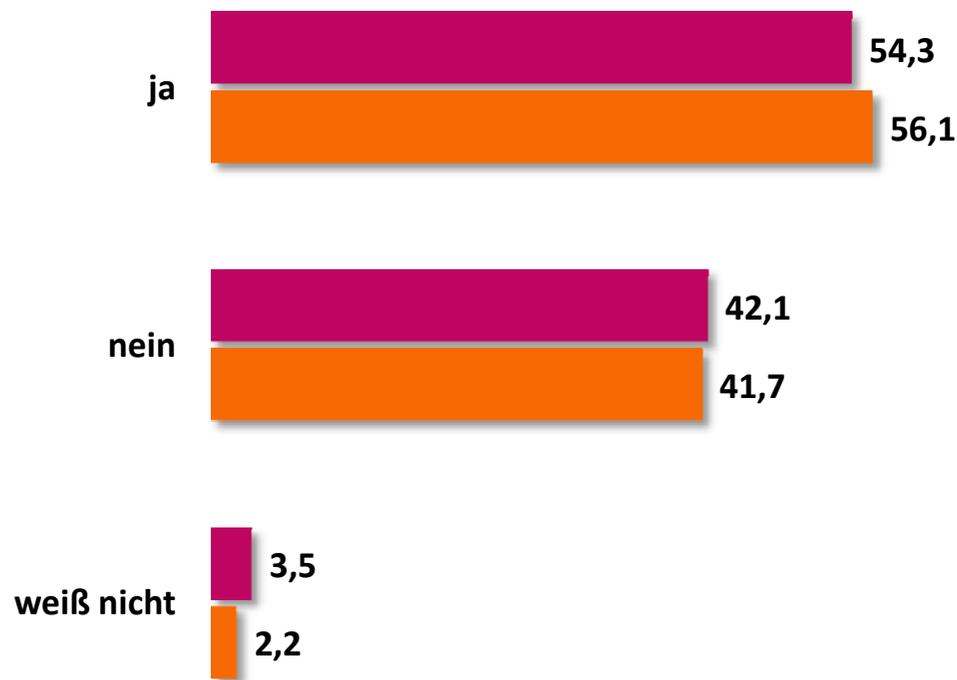
## Wechselverhalten Strom



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

Angaben in %

# Tarifwechsel Strom



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

	Mehrfach- wechsler	Einfachwechsler	Zukünftige Wechsler	Wechsel- ablehner	Wechsel- unschlüssige	Wechsel- uninteressierte
<b>Tarifwechsel</b>	<b>48,5</b> (n = 113)	<b>53,9</b> (n = 111)	<b>47,3</b> (n = 31)	<b>74,8</b> (n = 81)	<b>51,6</b> (n = 57)	<b>55,7</b> (n = 167)
<b>kein Tarifwechsel</b>	<b>50,3</b> (n = 118)	<b>42,3</b> (n = 87)	<b>47,7</b> (n = 31)	<b>25,2</b> (n = 27)	<b>43,8</b> (n = 48)	<b>41,0</b> (n = 123)

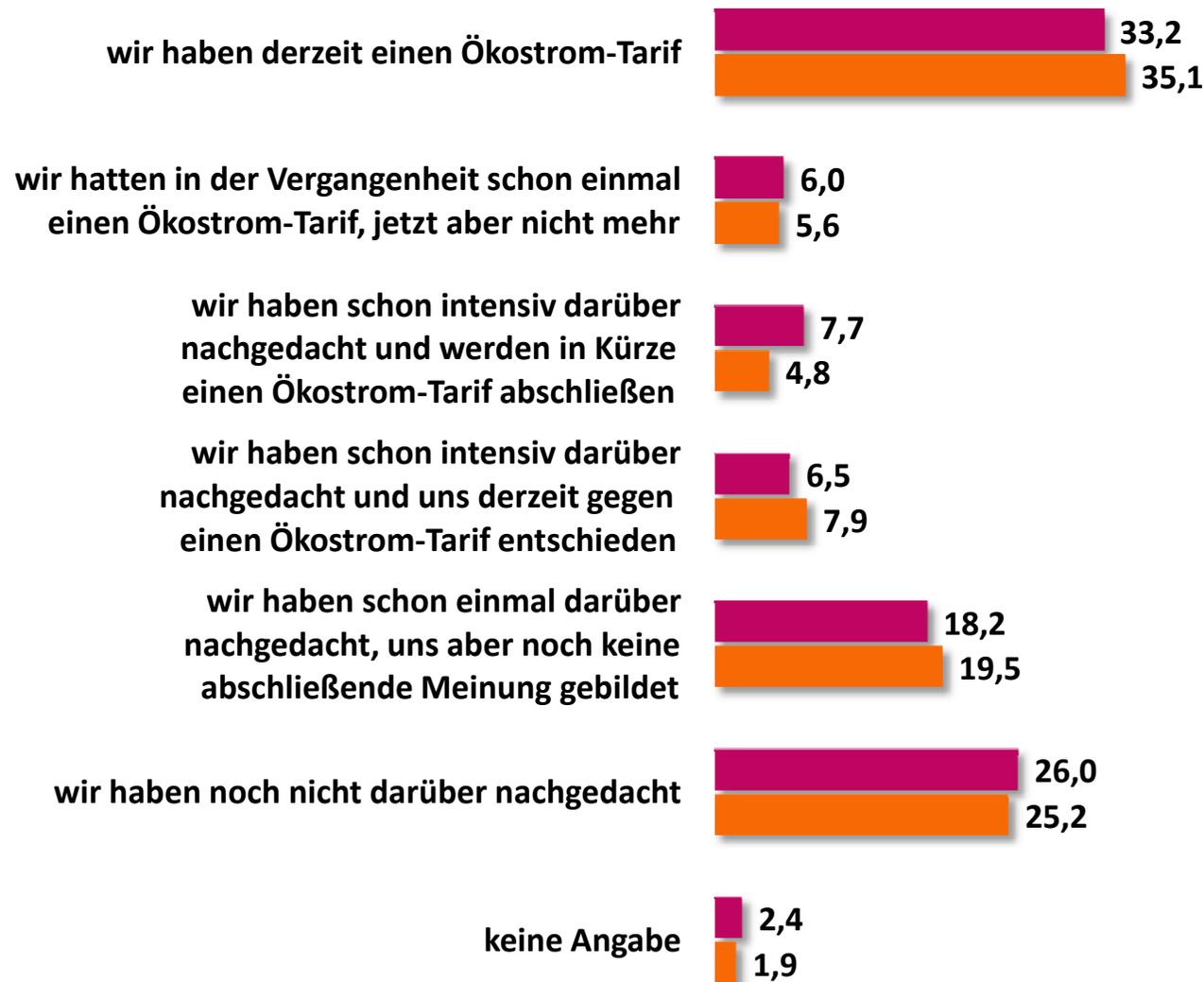
An 100 fehlende Prozent: weiß nicht/keine Angabe

**auffällige Unterschiede**

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

Angaben in %

## Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif

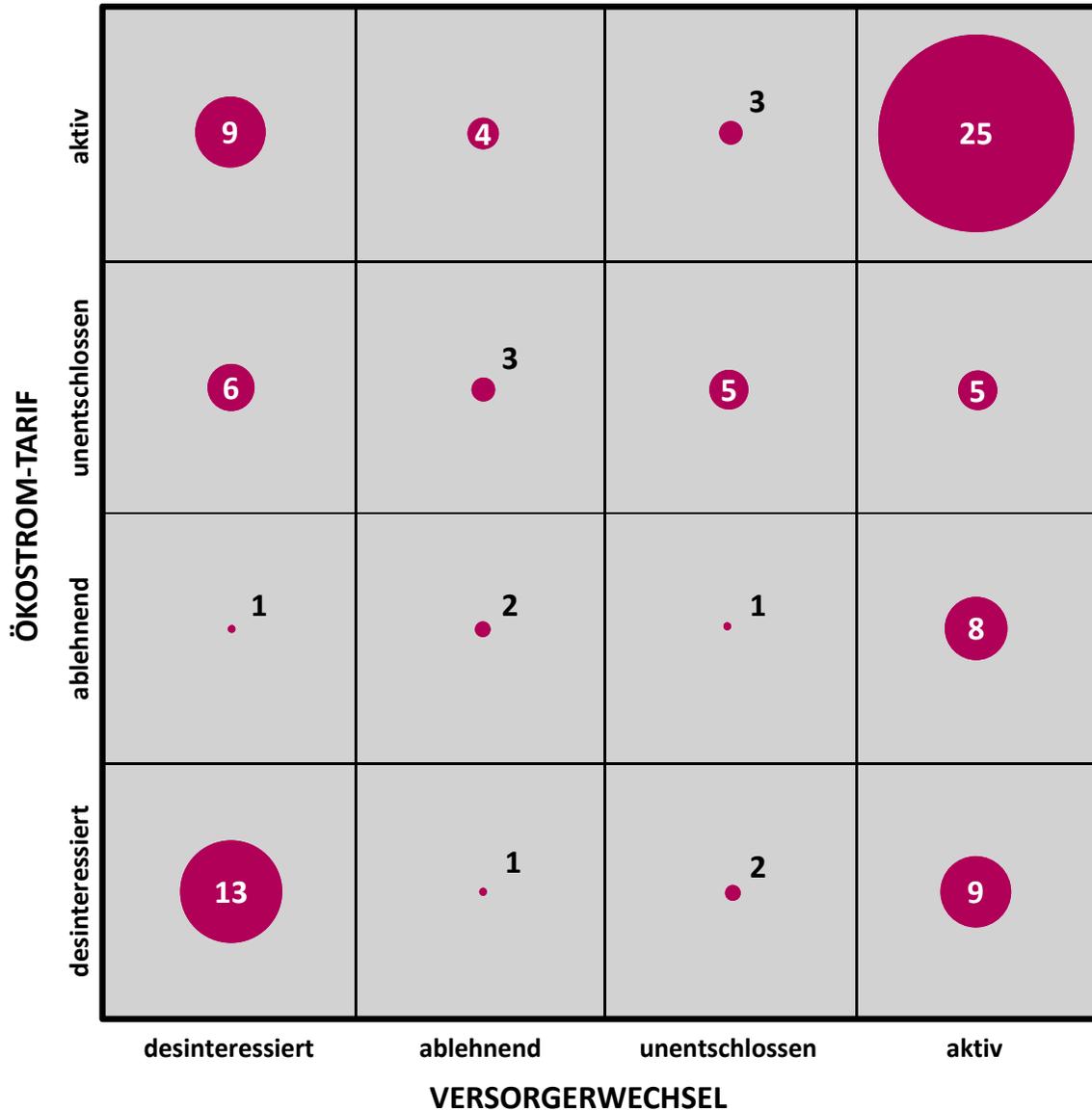


Frage SWI 11: In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Haushalt zutrifft.

Angaben in %

# Versorgerwechsel Strom und Ökostrom-Tarif

Gegenüberstellung des Versorgerwechsels und der Wahl eines Ökostrom-Tarifs



- 9% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber einen Ökostrom-Tarif abgeschlossen
- 7% haben sich nicht mit einem Versorgerwechsel befasst, aber über den Wechsel in einen Ökostrom-Tarif nachgedacht
- 9% sind bezüglich eines Versorgerwechsels bereits aktiv geworden, haben sich aber nicht mit einem Ökostrom-Tarif befasst
- 13% haben sich bisher weder mit einem Versorgerwechsel noch mit einem Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif befasst

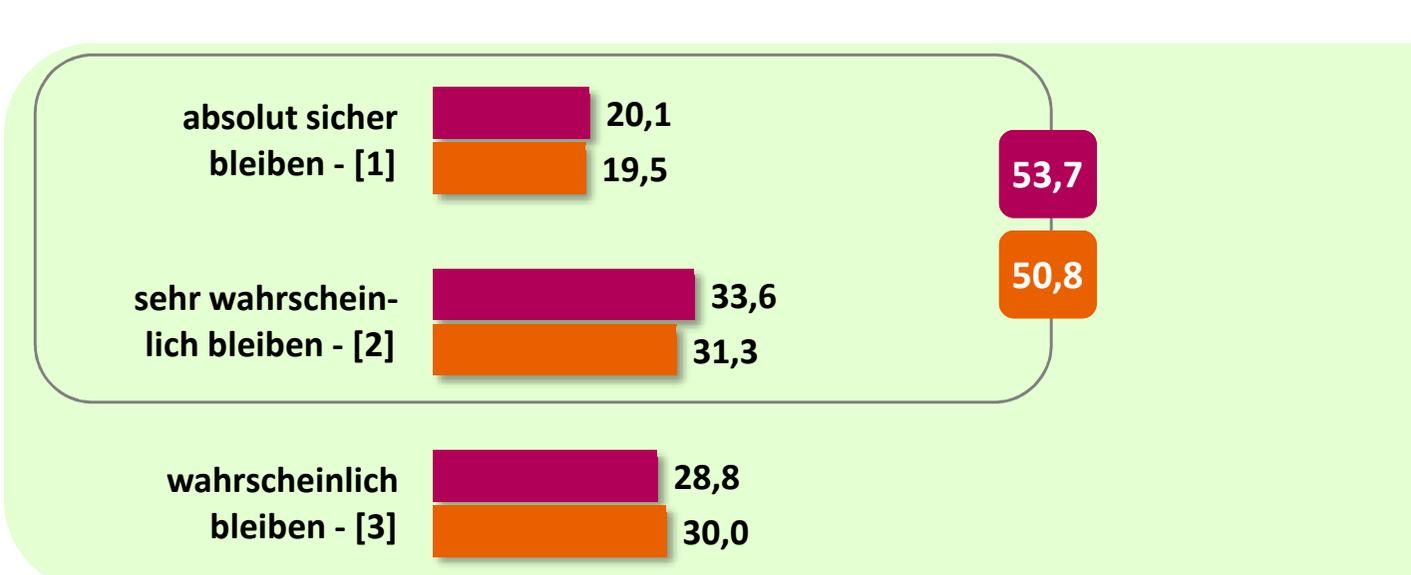
Definition der Gruppen:

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

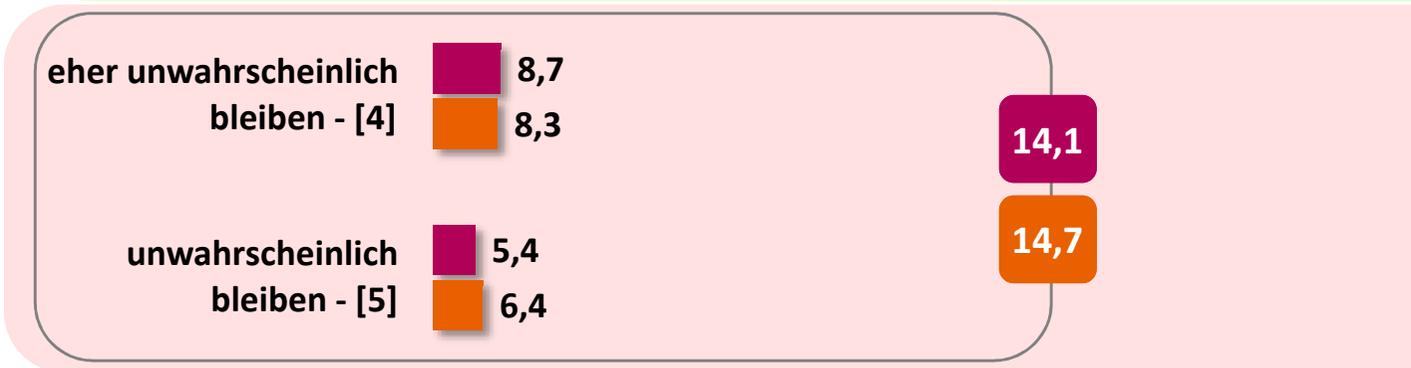
An 100 fehlende Prozent: keine Angabe

Angaben in %

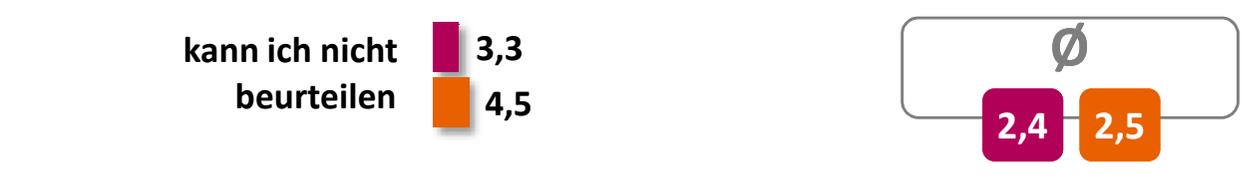
# Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger



- ### Gründe für den Verbleib
1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
  2. günstiger Strompreis
  3. Sicherheit der Stromversorgung
  4. guter Service des bisherigen Versorgers
  5. regionaler Anbieter/vor Ort
- n = 859



- ### Gründe für den Wechsel
1. Strompreis
  2. schlechter Service
  3. Beitrag zum Klimaschutz
- n = 146



Bundesbenchmark	
Gesamt	2,4
Big 4	2,6
reine Ökoanbieter	1,9
Discounter	2,7
Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
Regionalversorger	2,3

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

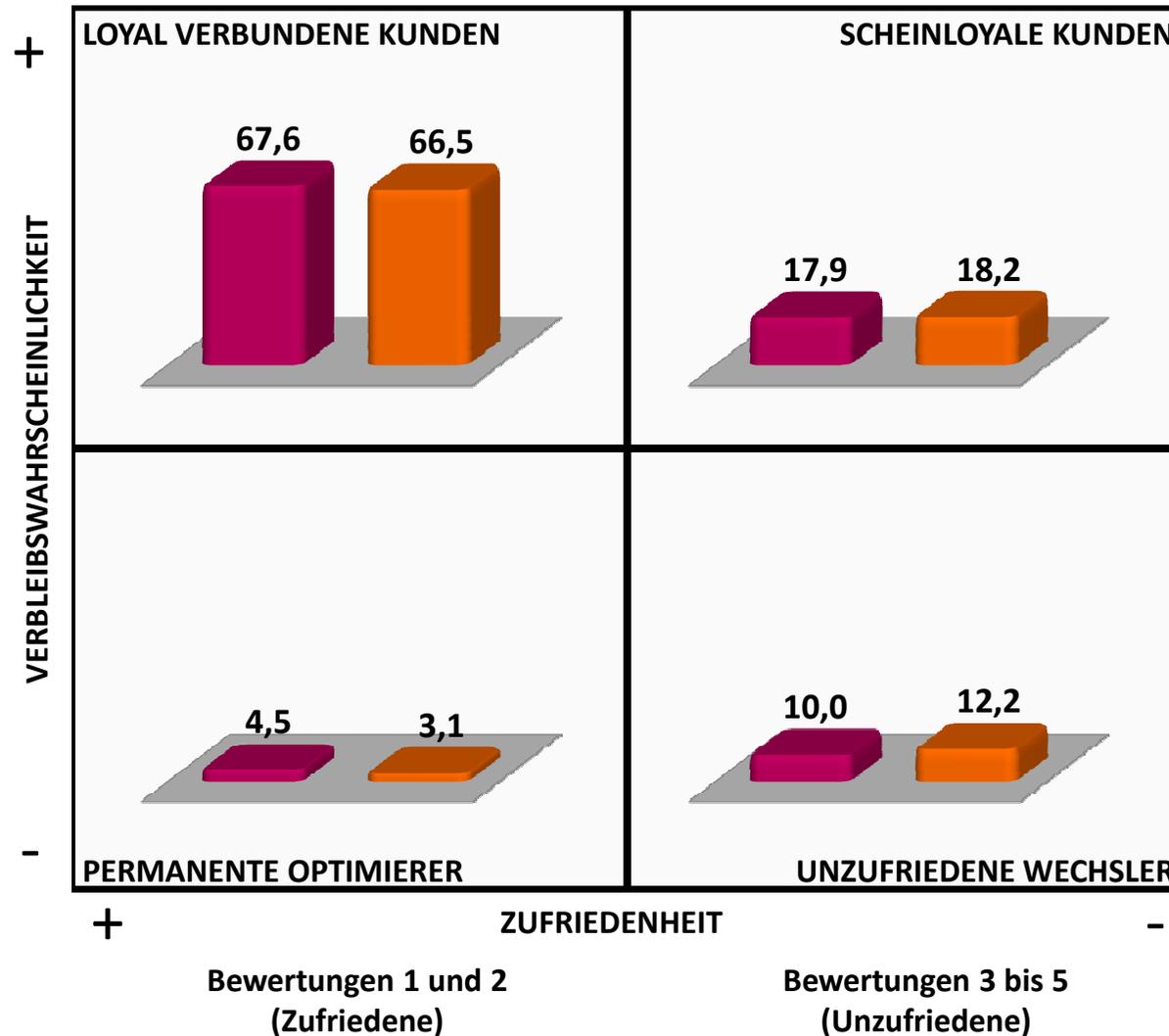
## Zufriedenheit-Bindungs-Tableau

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

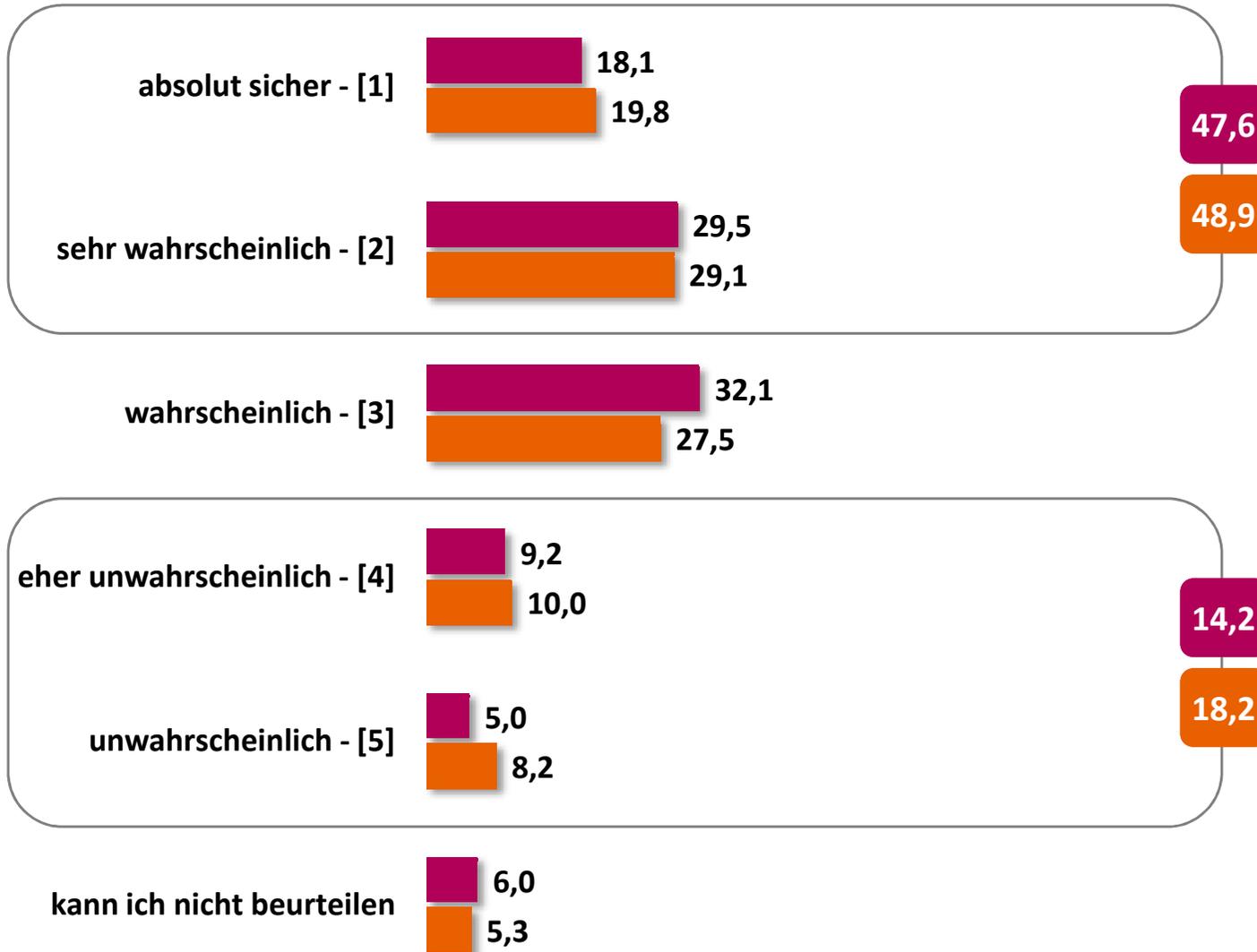
Bewertungen 1 bis 3  
(absolut sicher bis  
wahrscheinlich  
bleiben)

Bewertungen 4 und 5  
(eher unwahrscheinlich  
und unwahrscheinlich  
bleiben)

Bundesbenchmark	
Gesamt	67,6
Big 4	69,6
reine Ökoanbieter	84,7
Discounter	56,7
Stadtwerke/Lokalversorger	69,0
Regionalversorger	74,0



# Weiterempfehlungsquote

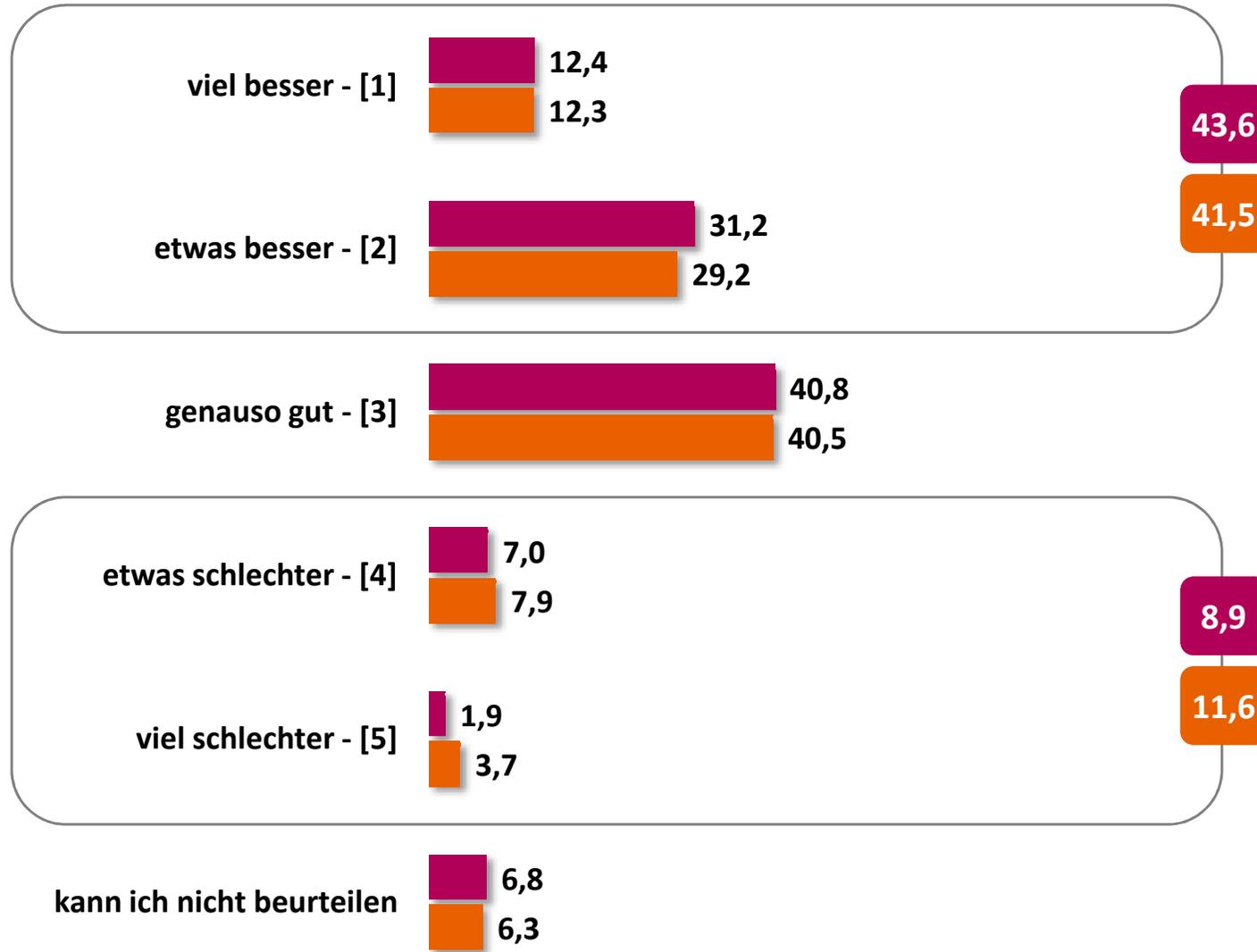


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,5
Big 4	2,6
reine Ökoanbieter	2,2
Discounter	2,5
Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
Regionalversorger	2,6

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

Angaben in %

# Stromversorger im Vergleich



Bundesbenchmark	
Gesamt	2,5
Big 4	2,7
reine Ökoanbieter	1,8
Discounter	2,4
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,5

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

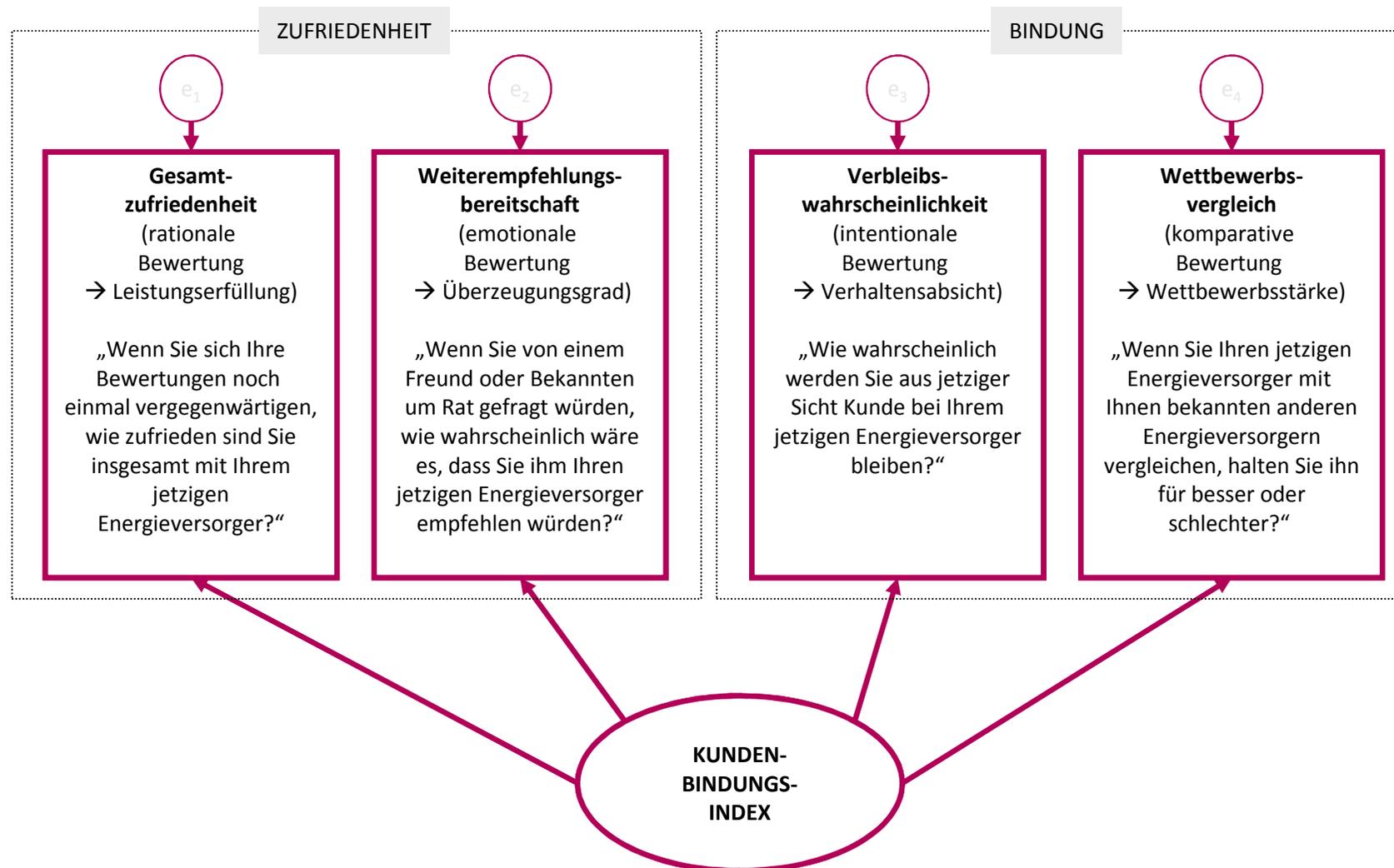
Angaben in %

## Struktur und Ableitung des Kundenbindungsindex

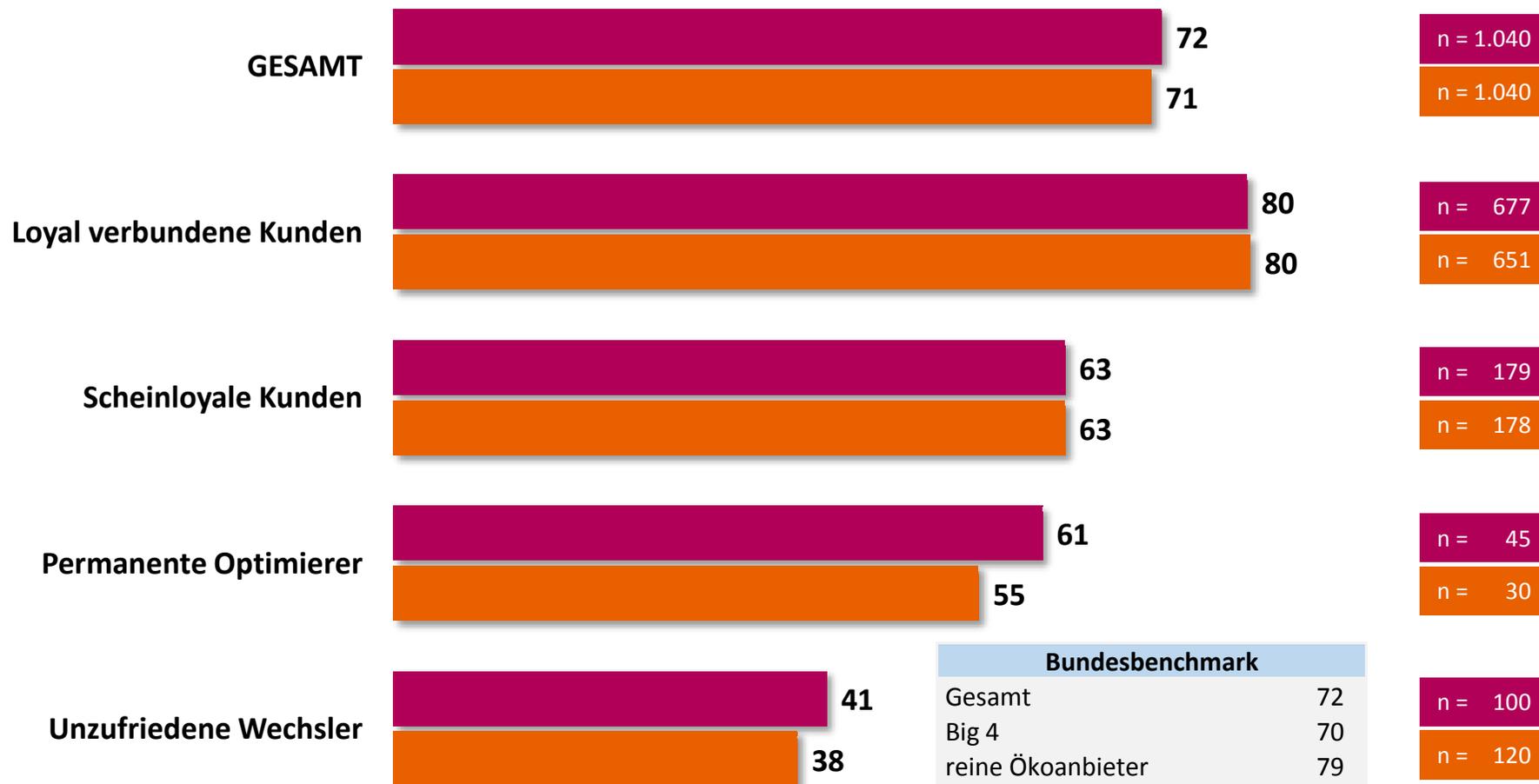
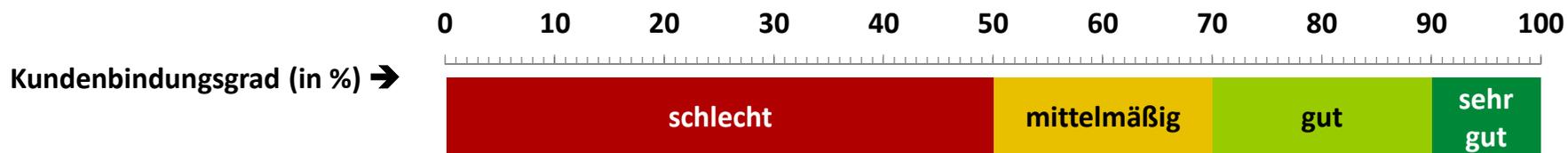
Der Kundenbindungsindex im Sinne eines Loyalitätsindex basiert auf der empirisch bestätigten Hypothese,

***dass ein Kunde um so verbundener ist, je zufriedener er mit seinem Versorger ist, so zufrieden, dass er ihn auch jederzeit weiter empfehlen würde, von daher auch keinerlei Wechselabsichten hegt, zumal er auch keine attraktiveren Alternativen im Wettbewerb wahrnimmt.***

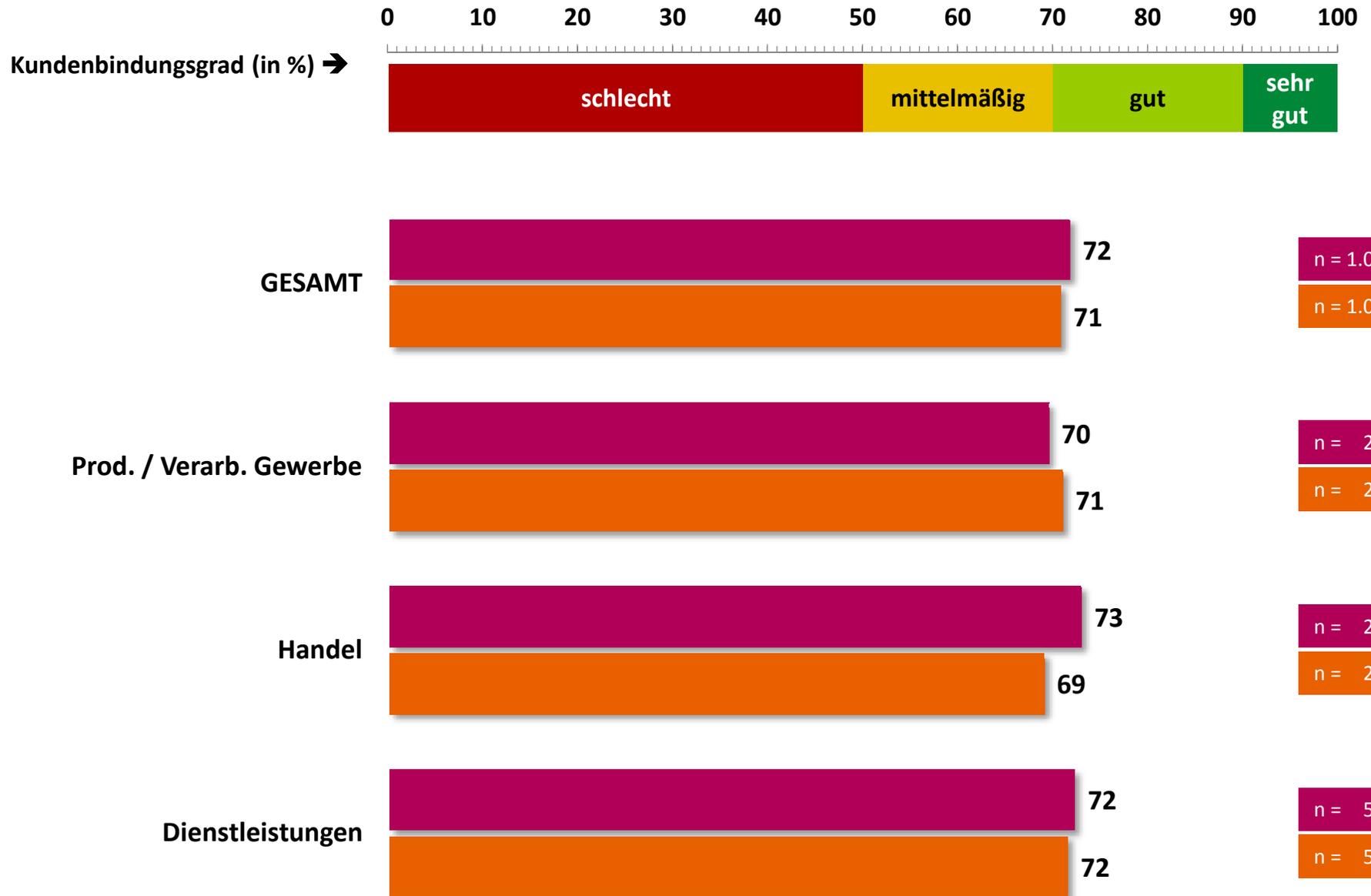
Diese Hypothese wird mit Hilfe einer konfirmatorischen Faktorenanalyse geprüft, die auch gleichzeitig die Gewichte der vier Faktoren für den auf den Wertebereich von 0 bis 100 Punkten normierten summativen Index liefert. Im Kundenbindungsindex werden somit vier hochkorrelierte Einzelindikatoren zu einer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



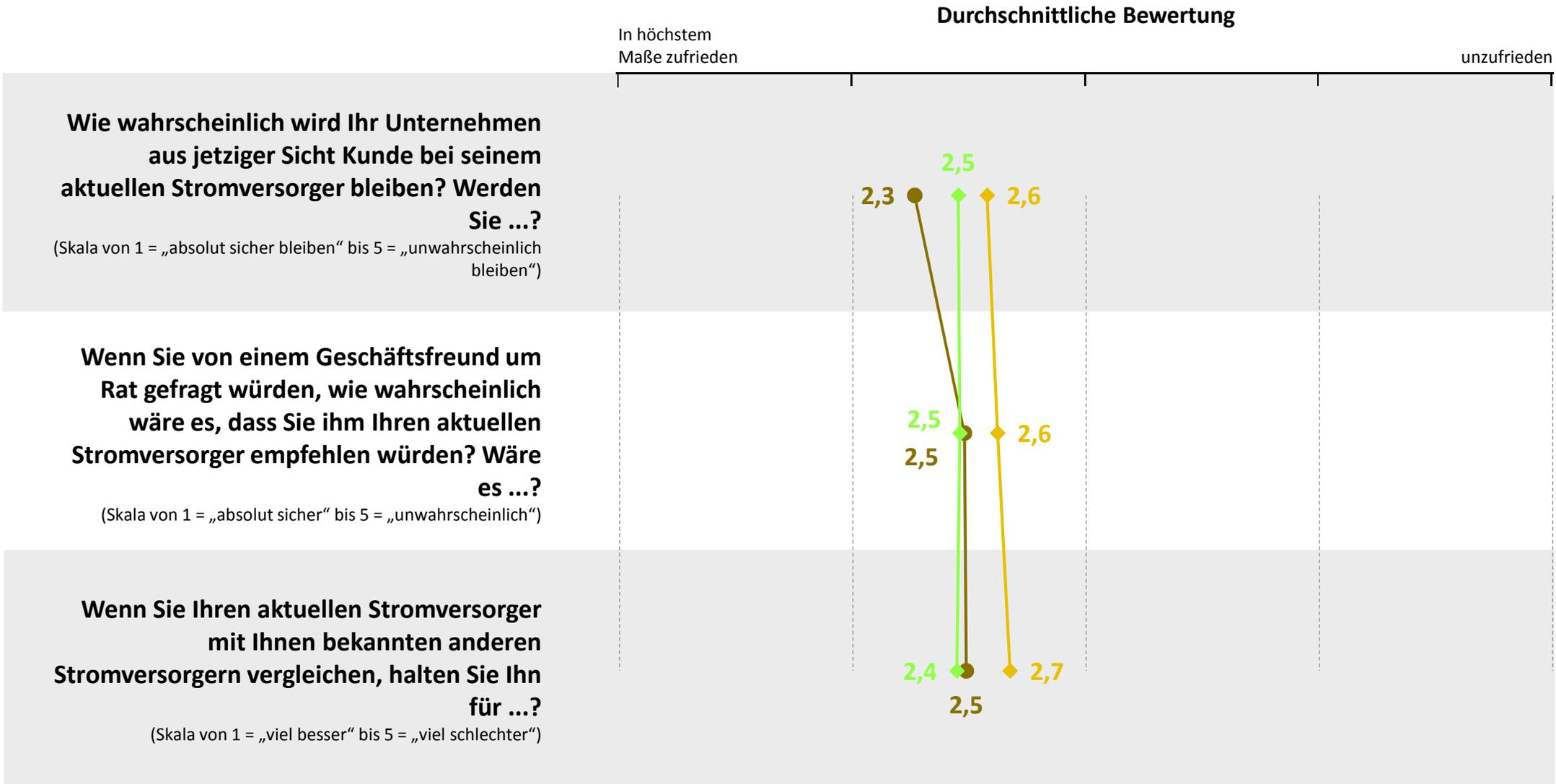
# Kundenbindungsindex – Strom



# Kundenbindungsindex – Strom – Differenziert nach Branchen



# Aspekte des Wettbewerbs in der Stromwirtschaft – Differenziert nach Branchen



Durchschnittswerte

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

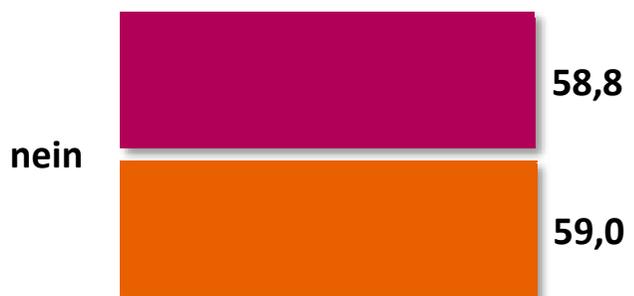
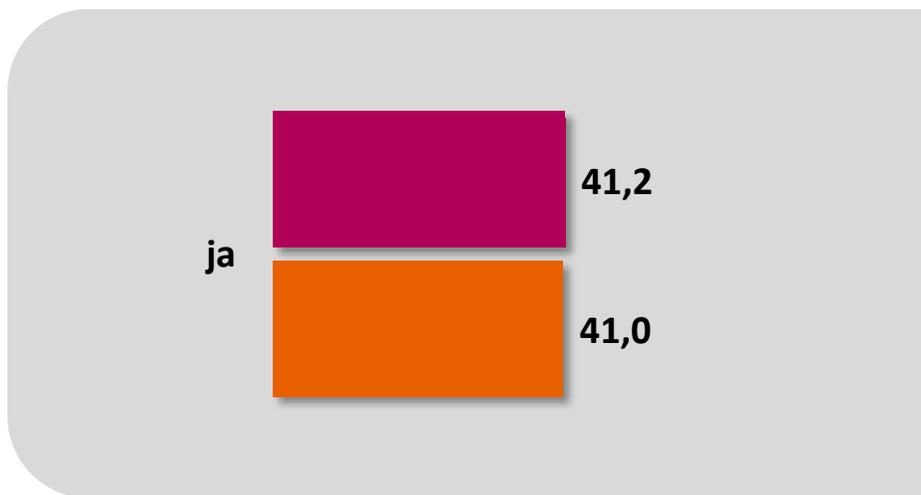
**Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft**

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

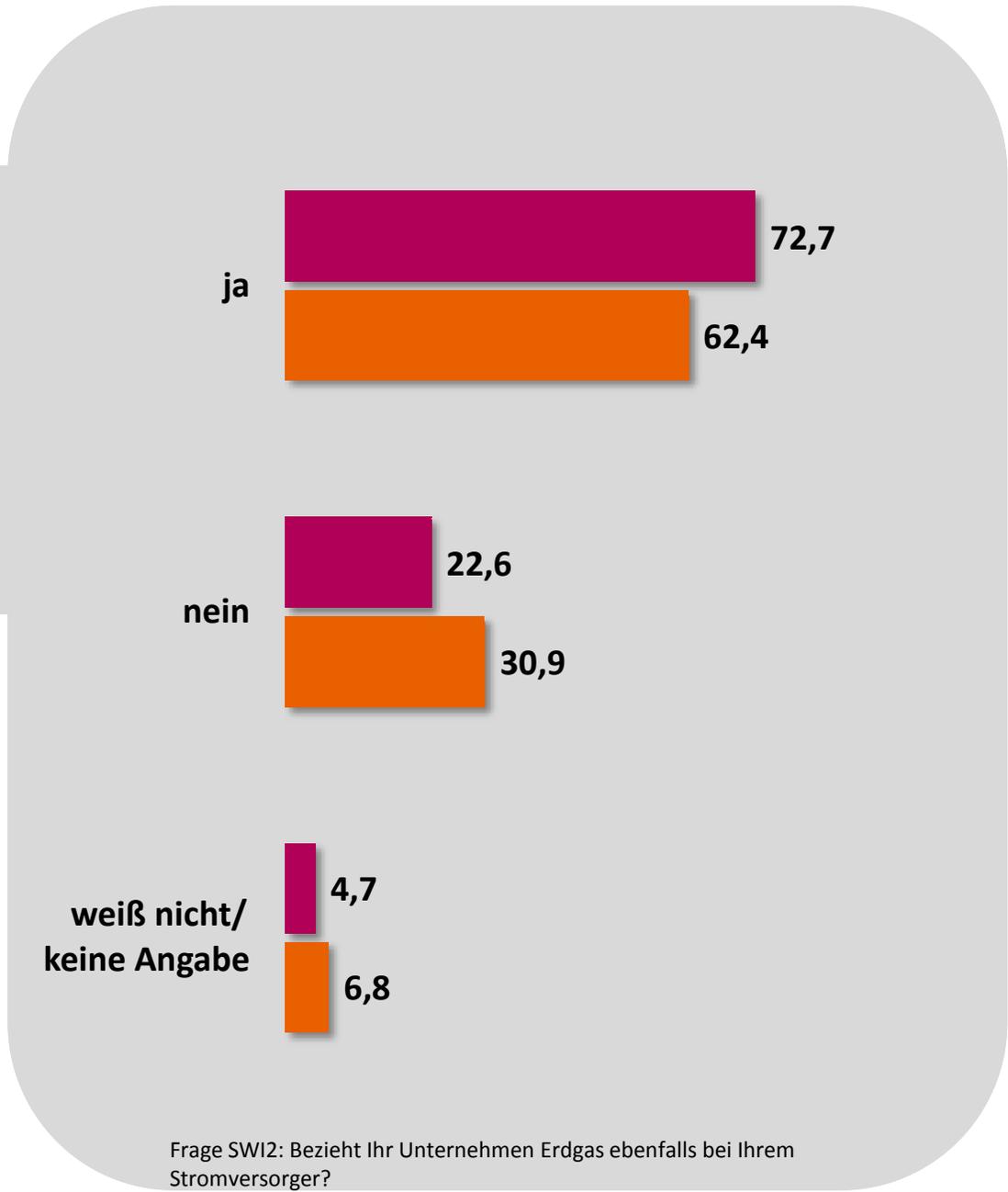
Anhang – Fragebogen

# Erdgasbezug



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

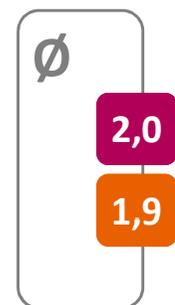
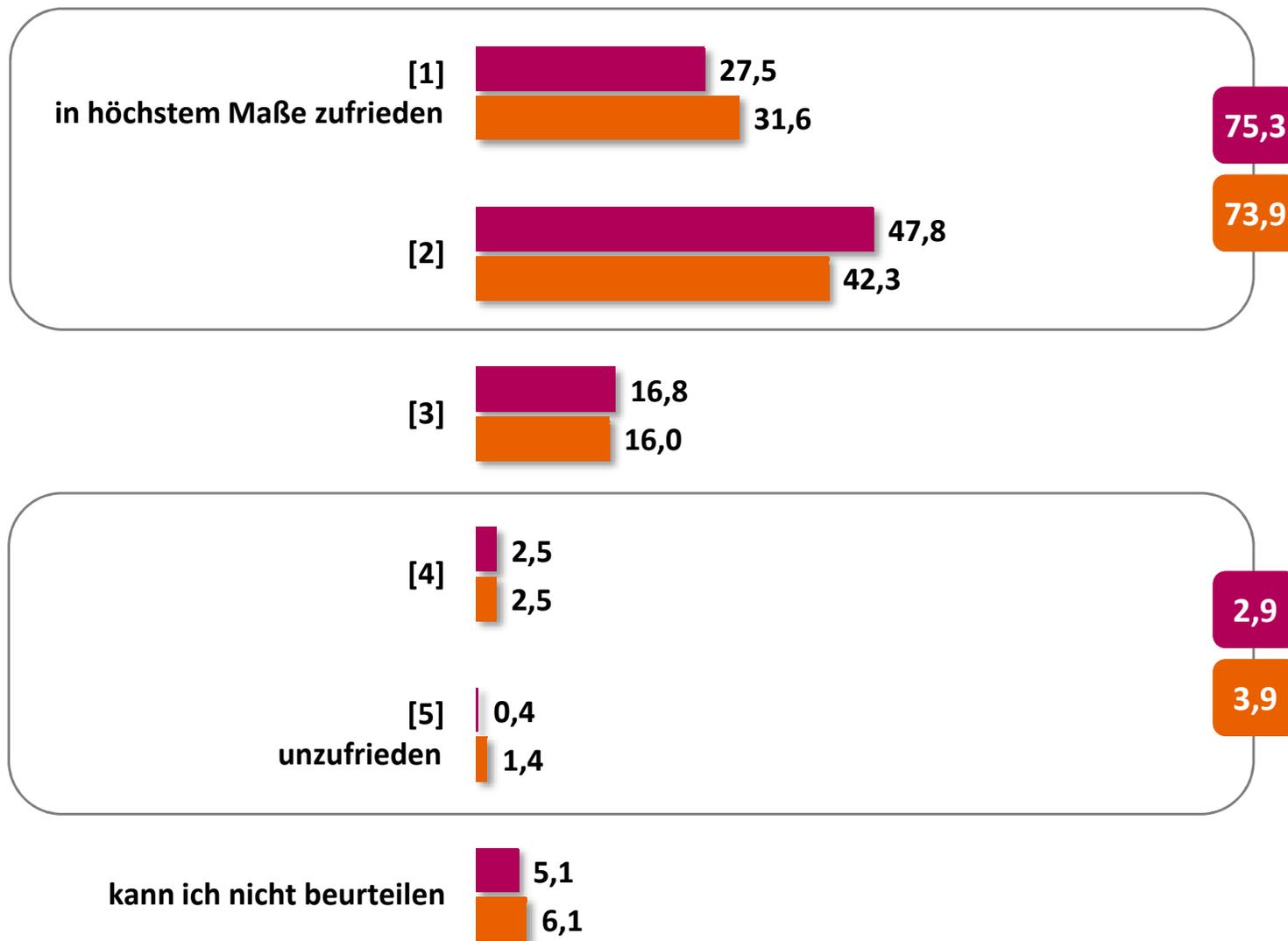
■ Studie 2019 (n = 1.040) ■ Studie 2018 (n = 1.040)



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

■ Studie 2019 (n = 429) ■ Studie 2018 (n = 426)

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz Erdgas

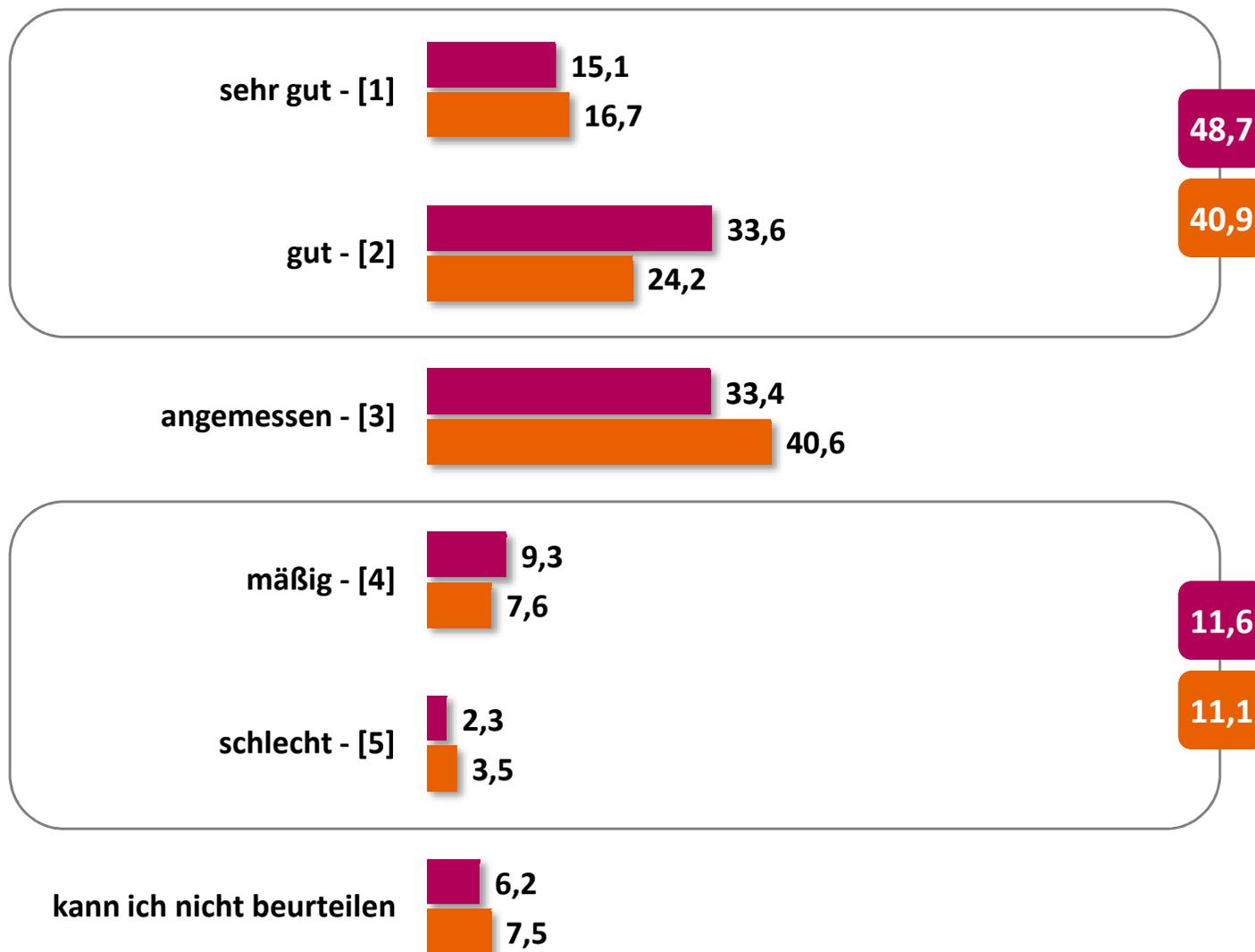


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,0
Big 4	2,2
reine Ökoanbieter	1,8
Discounter	1,9
Stadtwerke/Lokalversorger	1,8
Regionalversorger	1,6

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

Angaben in %

# Preis-Leistungs-Verhältnis – Erdgas

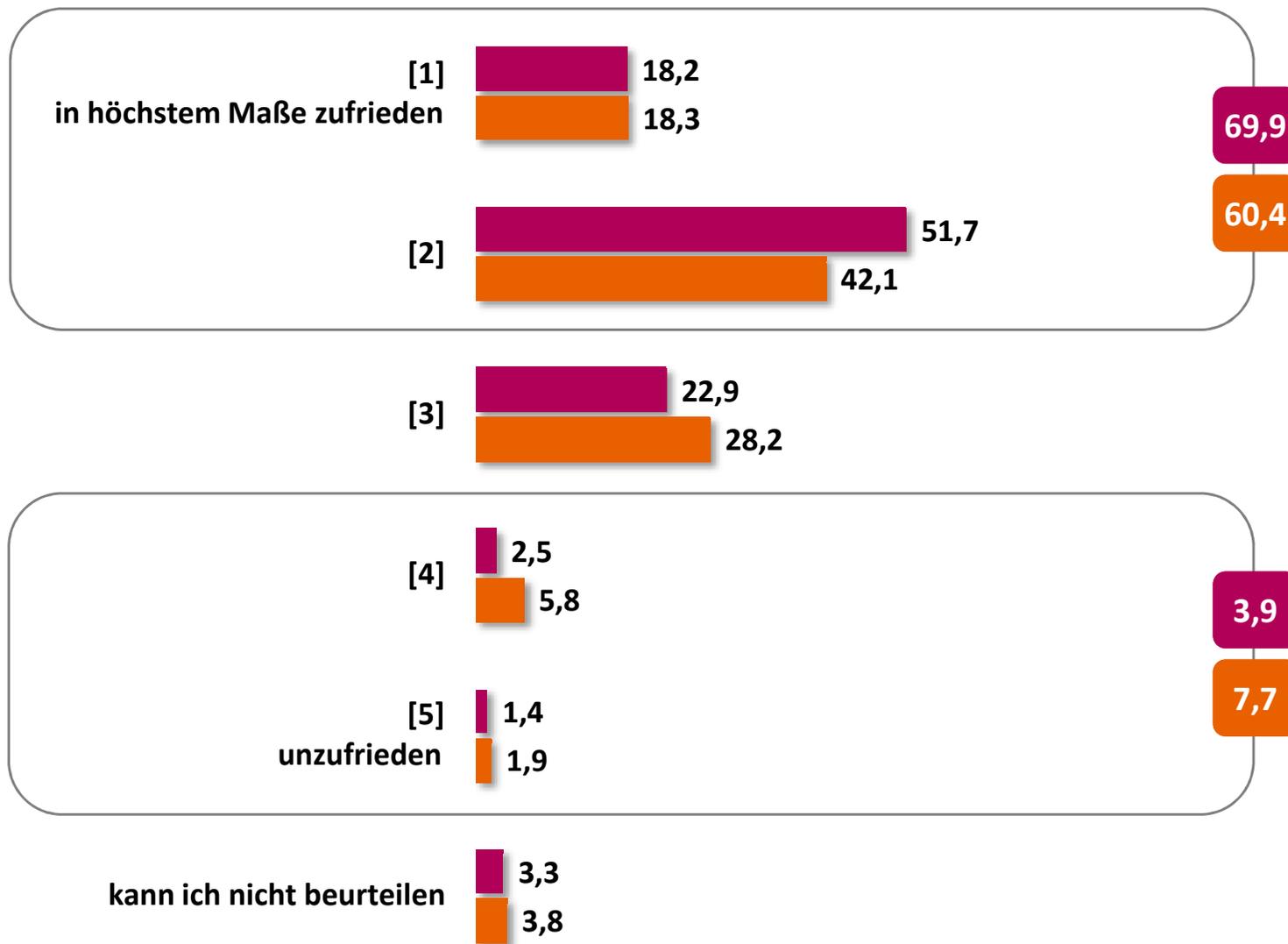


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,5
Big 4	2,5
reine Ökoanbieter	2,1
Discounter	2,4
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,3

Frage 23: Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?  
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Ihrer Sicht ...?

Angaben in %

# A'posteriori-Gesamtzufriedenheit – Erdgas

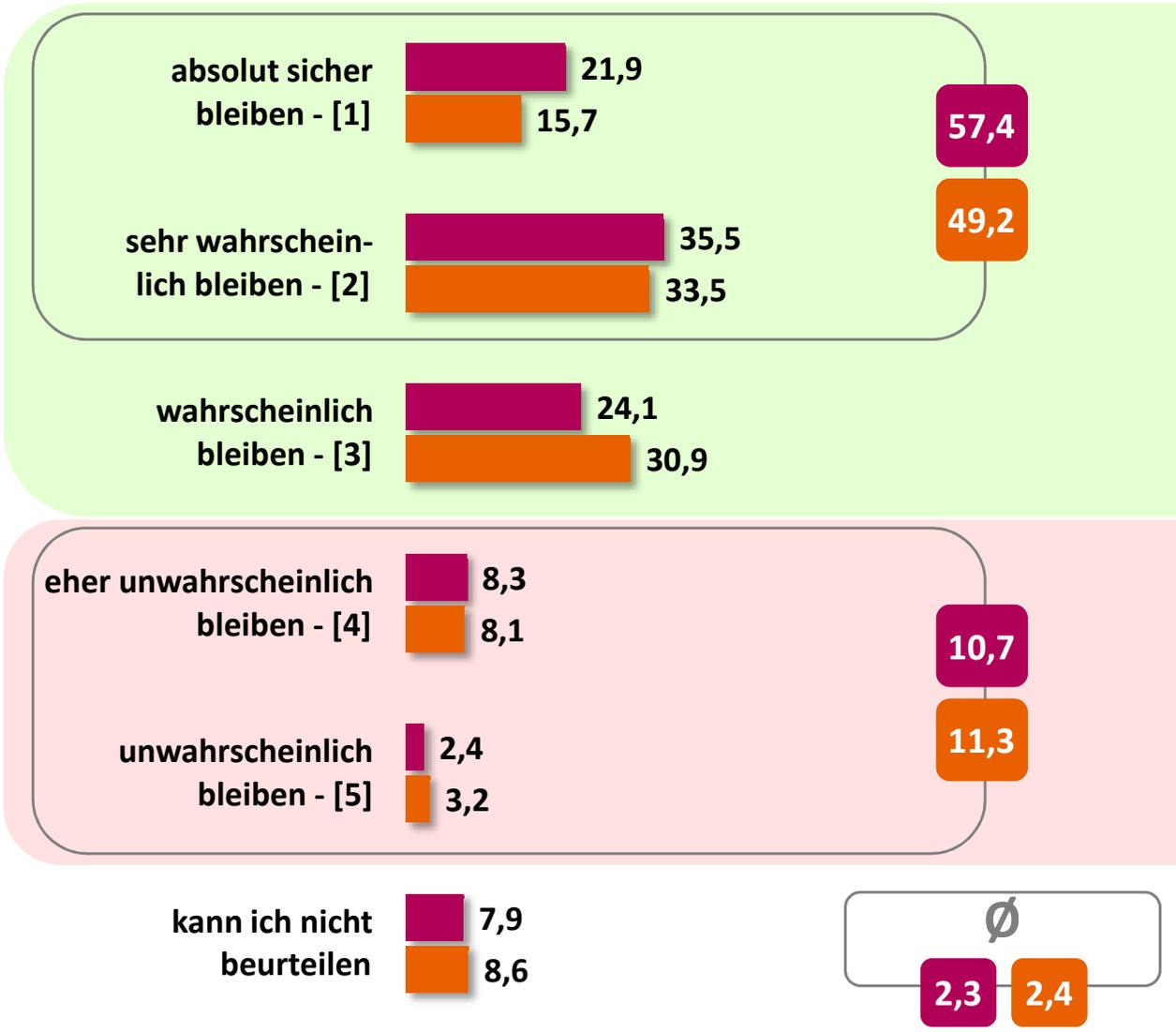


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,1
Big 4	2,2
reine Ökoanbieter	1,8
Discounter	2,1
Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
Regionalversorger	2,1

Frage 24: Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Erdgasversorger?

Angaben in %

# Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Erdgasversorger



- ### Gründe für den Verbleib
1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
  2. günstiger Gaspreis
  3. guter Service des bisherigen Anbieters
  4. Sicherheit der Gasversorgung
  5. kenne derzeit keine bessere Alternative
- n = 349

- ### Gründe für den Wechsel
1. Gaspreis
  2. schlechter Service
  3. unflexible Zahlungskonditionen
- n = 46

Bundesbenchmark	
Gesamt	2,3
Big 4	2,5
reine Ökoanbieter	2,1
Discounter	2,5
Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
Regionalversorger	2,1

Frage 25: Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Erdgasversorger bleiben? Werden Sie ...?

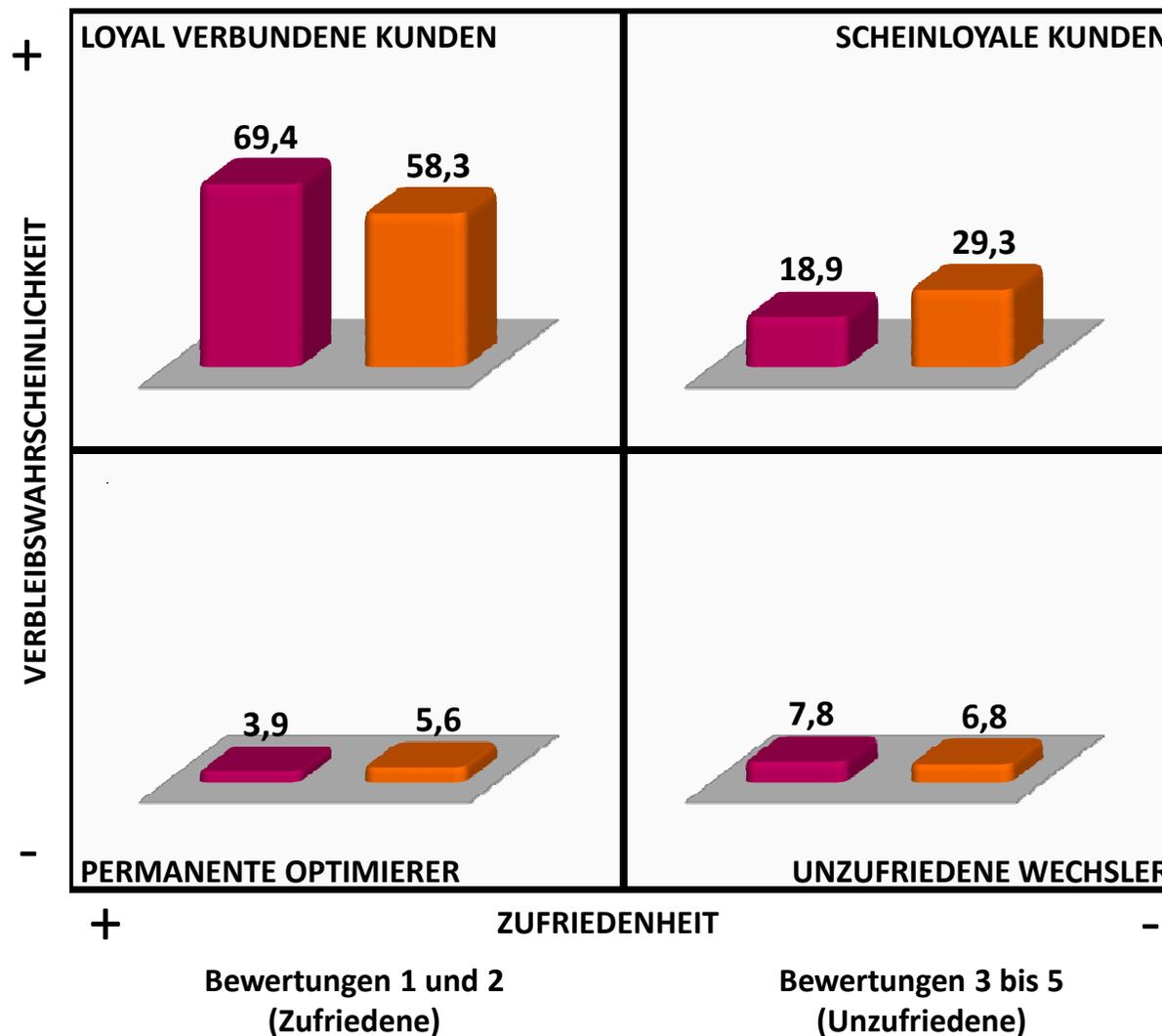
## Zufriedenheits-Bindungs-Tableau

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

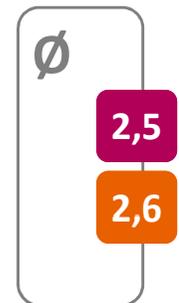
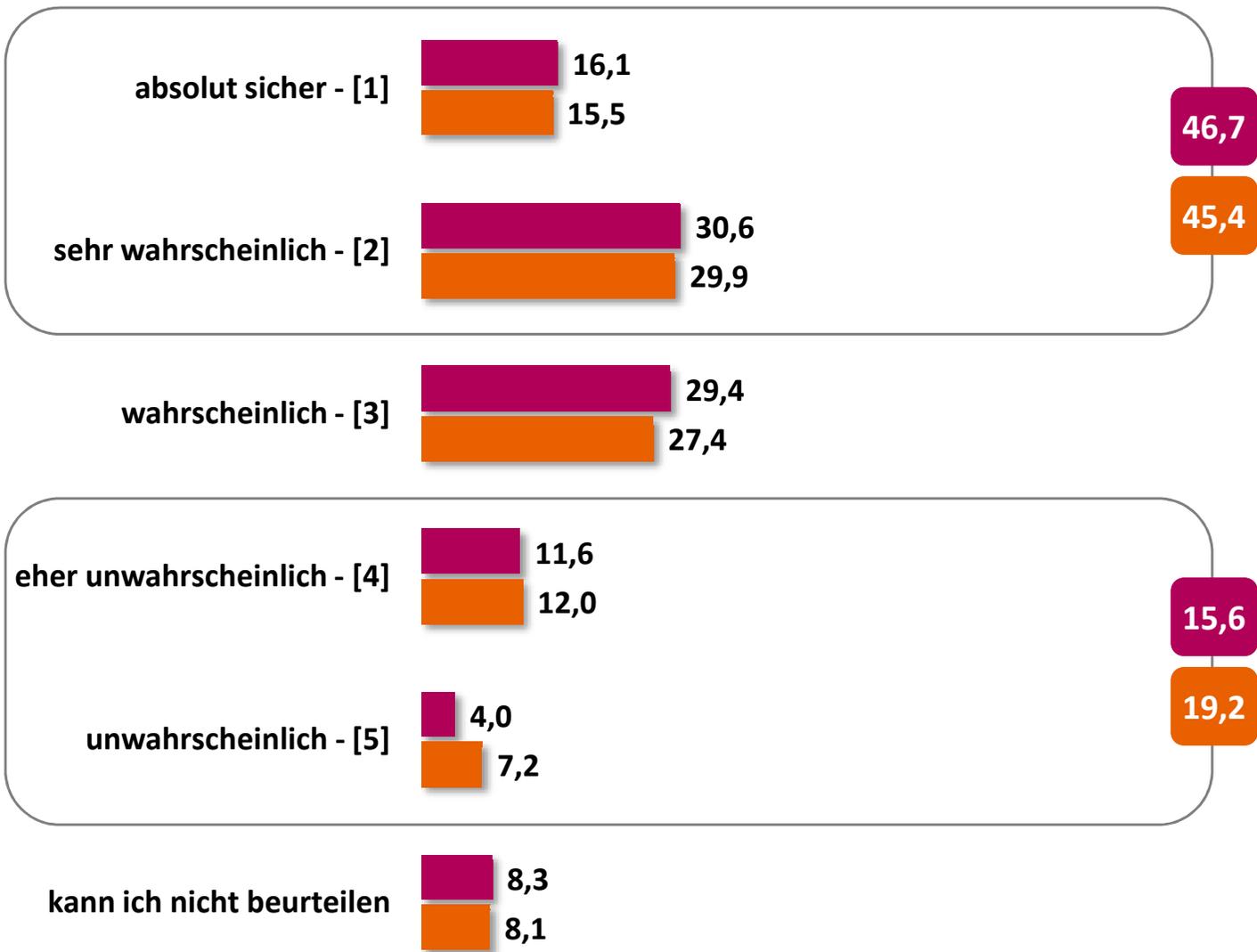
Bewertungen 1 bis 3  
(absolut sicher bis  
wahrscheinlich  
bleiben)

Bewertungen 4 und 5  
(eher unwahrscheinlich  
und unwahrscheinlich  
bleiben)

Bundesbenchmark	
Gesamt	69,4
Big 4	66,7
reine Ökoanbieter	86,7
Discounter	63,8
Stadtwerke/Lokalversorger	69,6
Regionalversorger	76,4



# Weiterempfehlungsquote

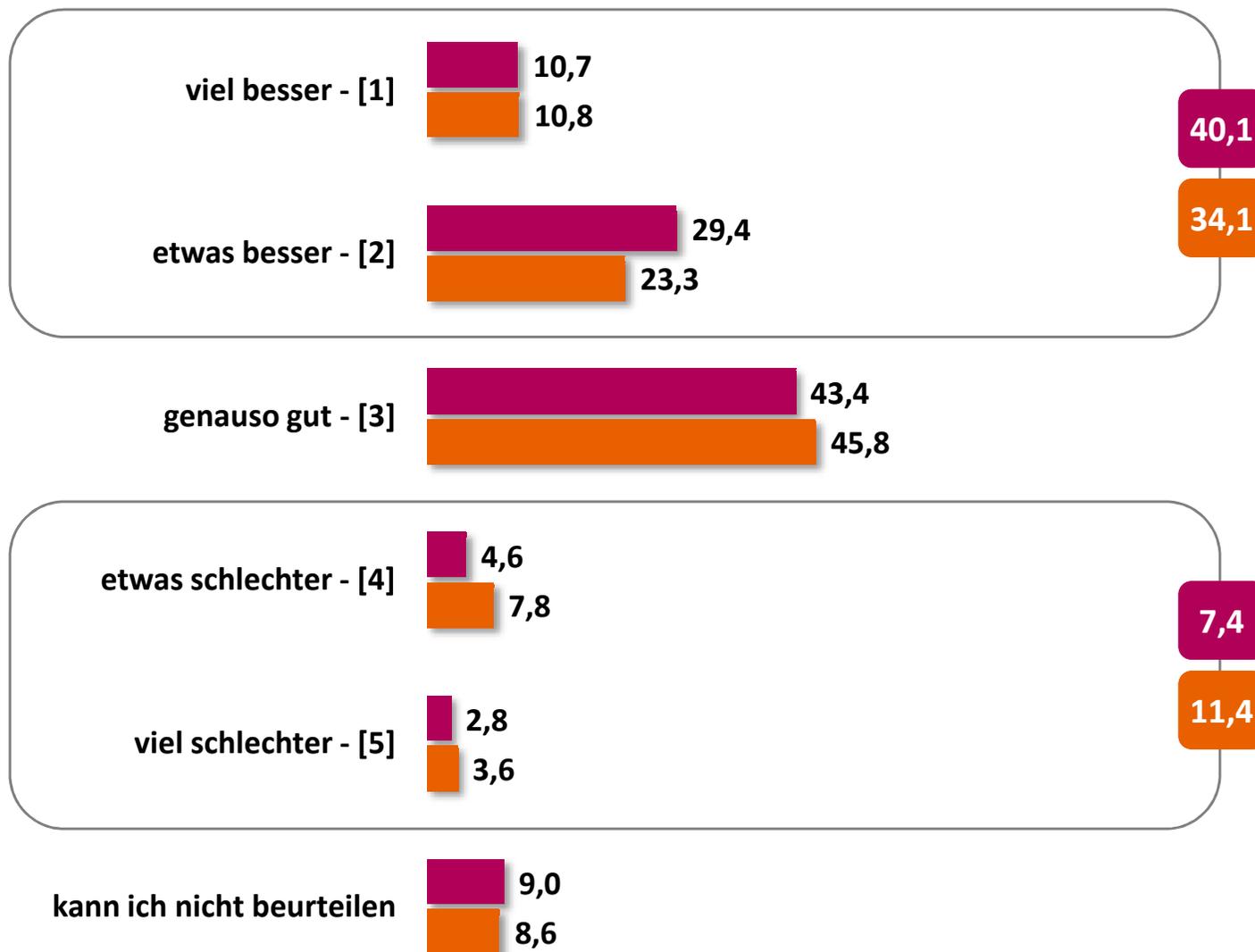


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,5
Big 4	2,6
reine Ökoanbieter	2,3
Discounter	2,6
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,3

Frage 26: Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Angaben in %

# Erdgasversorger im Vergleich

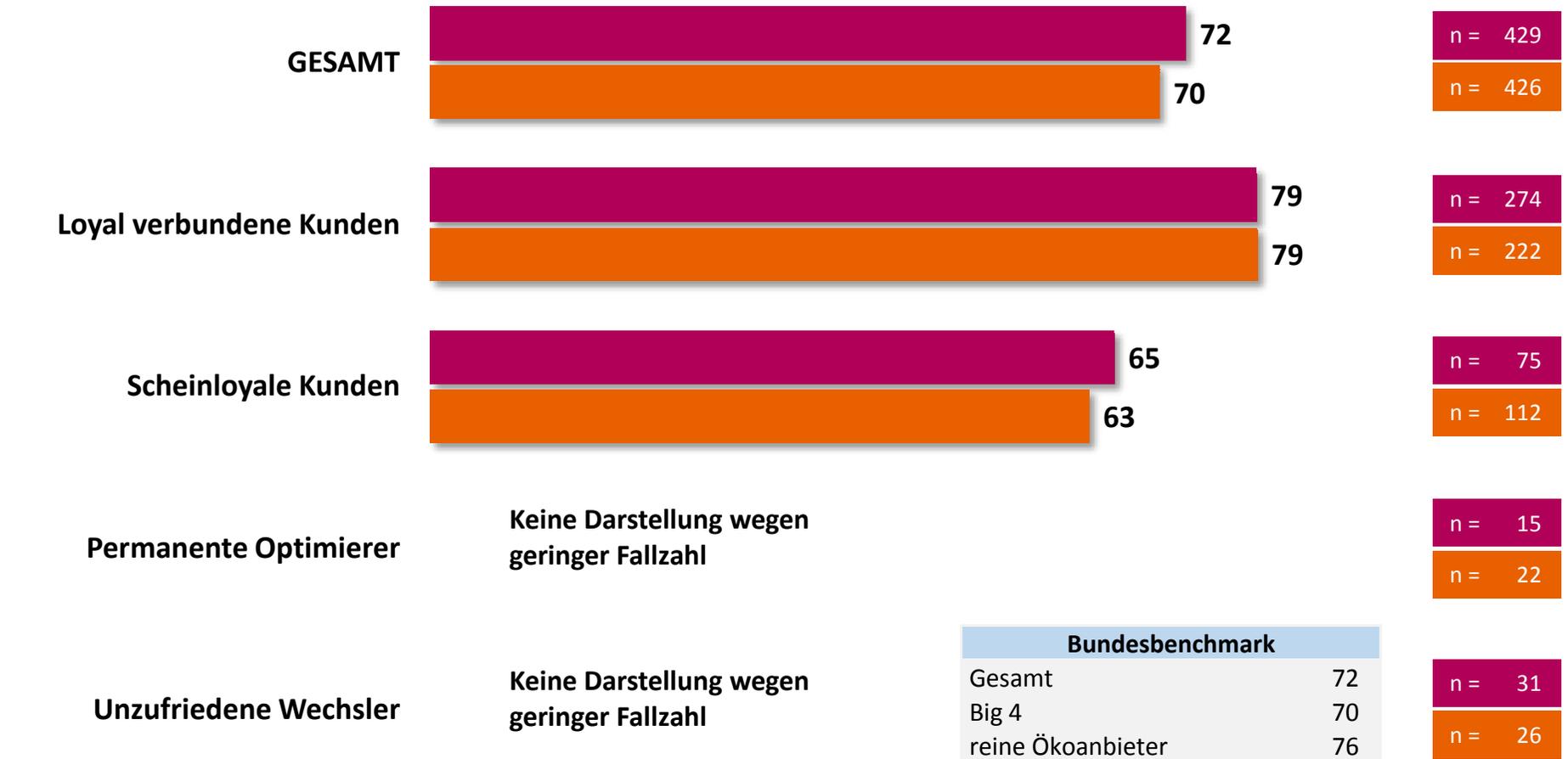
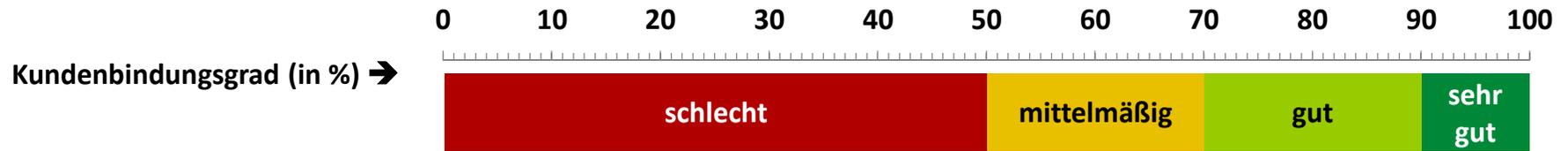


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,6
Big 4	2,6
reine Ökoanbieter	2,3
Discounter	2,7
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,6

Frage 27: Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

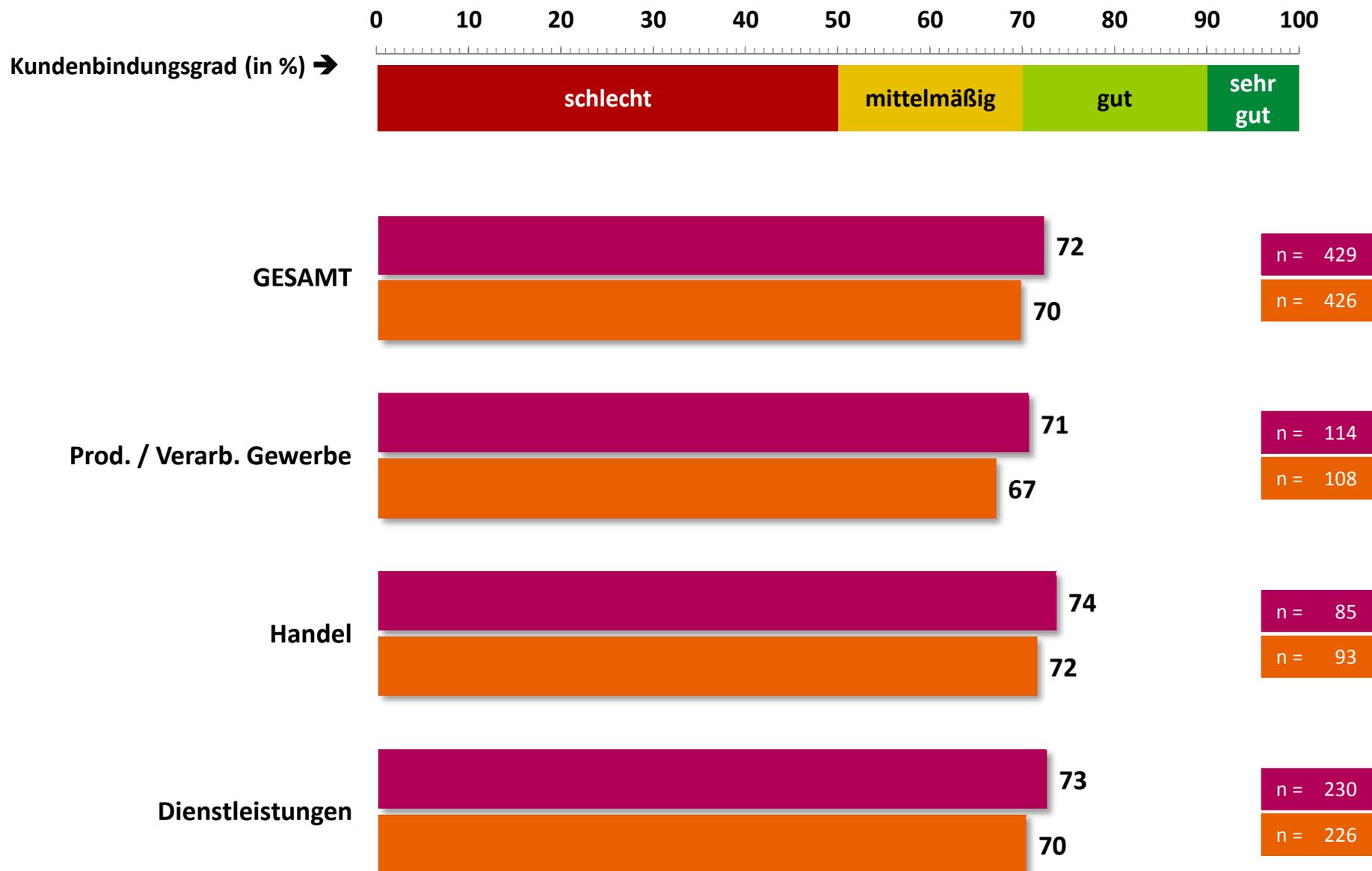
Angaben in %

# Kundenbindungsindex – Erdgas

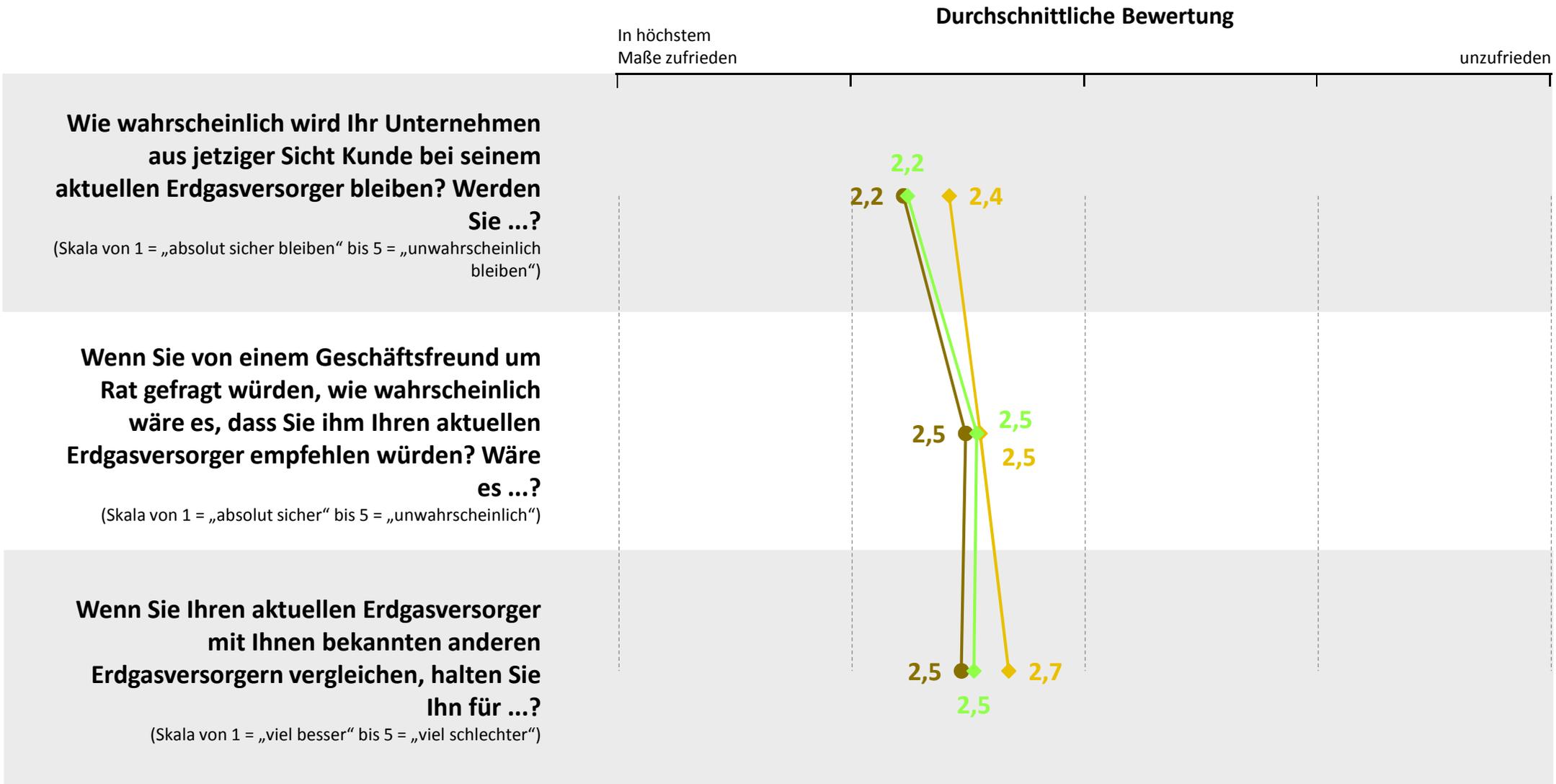


Bundesbenchmark	
Gesamt	72
Big 4	70
reine Ökoanbieter	76
Discounter	70
Stadtwerke/Lokalversorger	74
Regionalversorger	75

# Kundenbindungsindex – Erdgas – Differenziert nach Branchen



# Aspekte des Wettbewerbs in der Erdgaswirtschaft – Differenziert nach Branchen



Durchschnittswerte

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

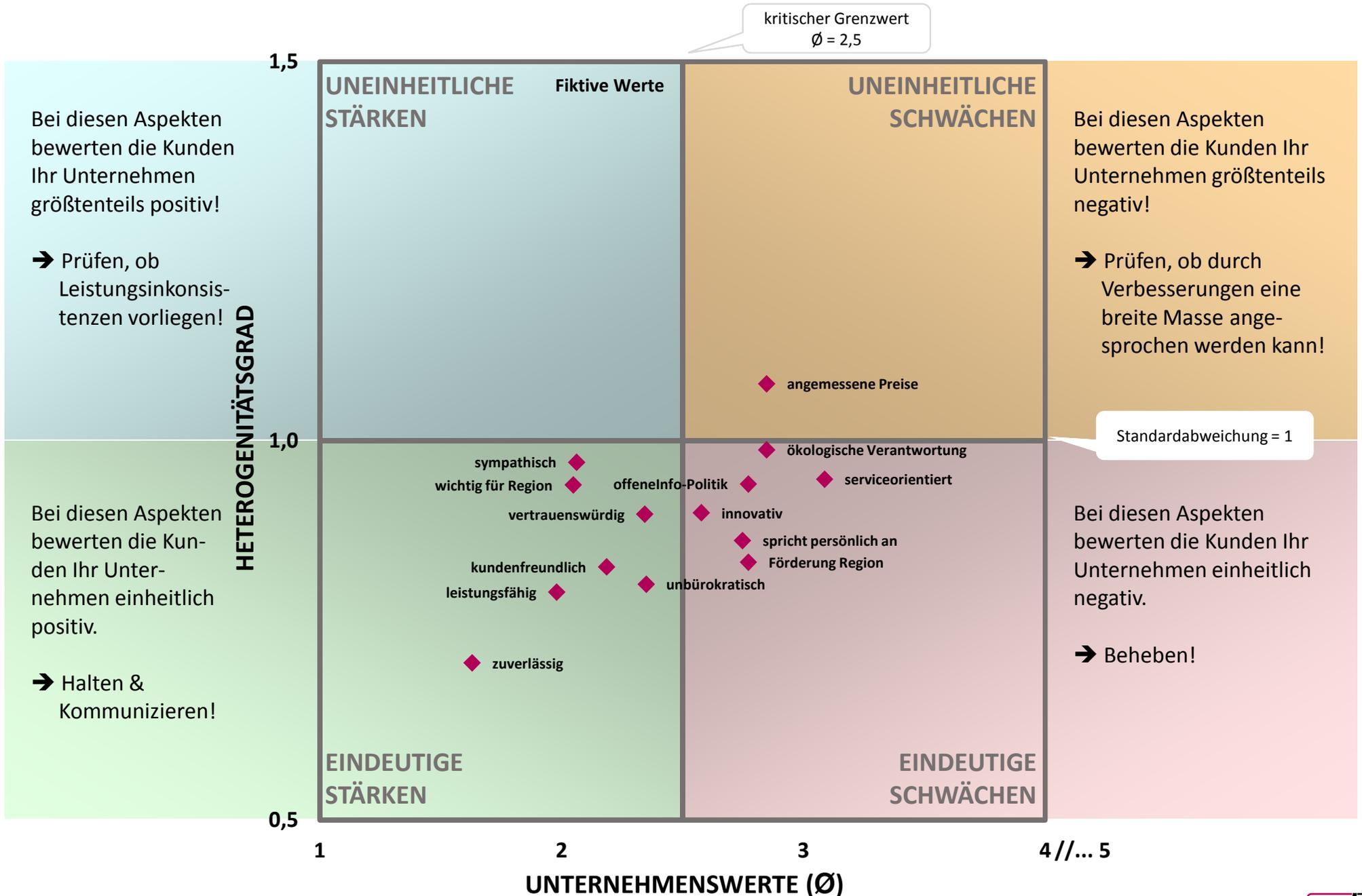
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

## Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

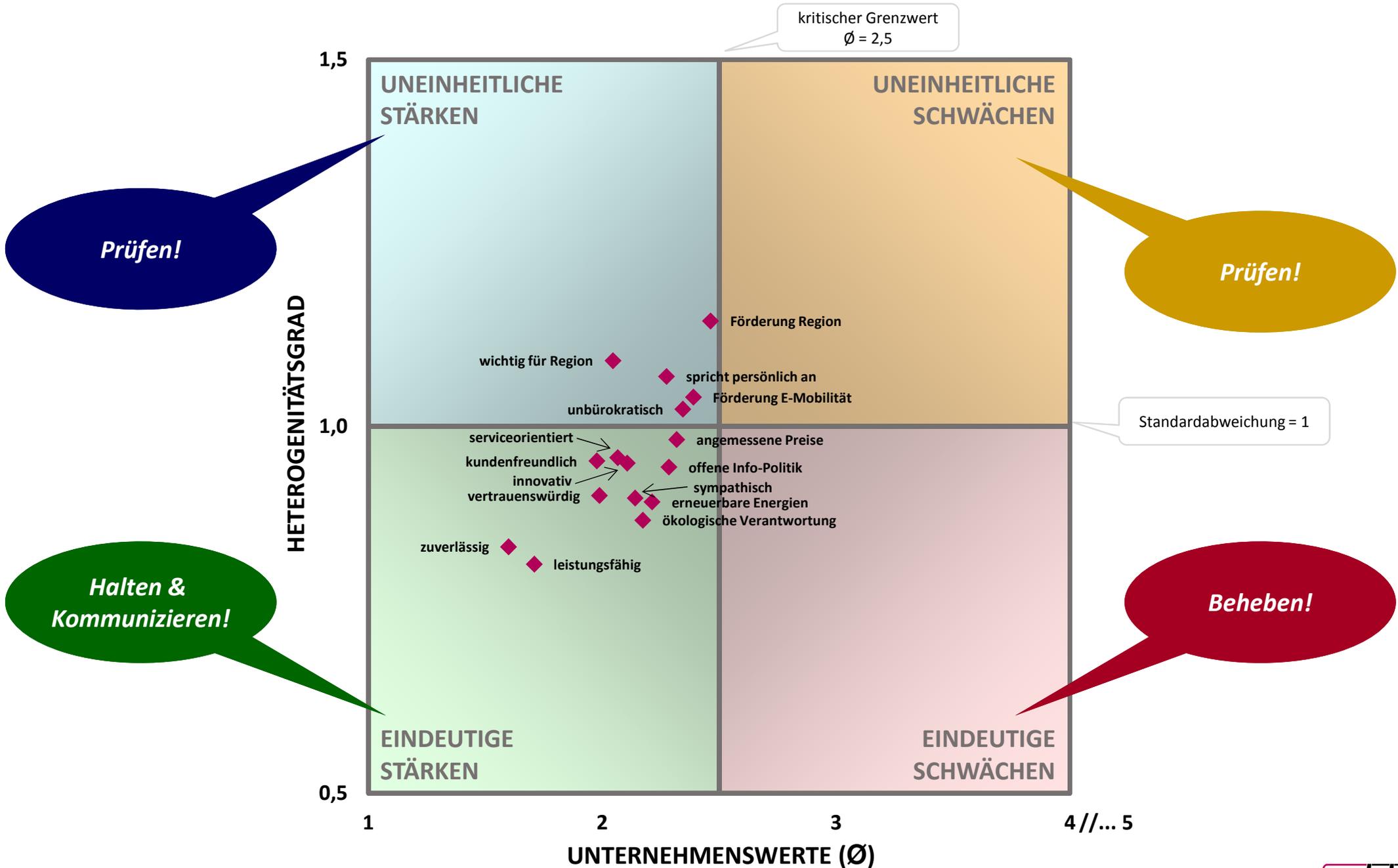
Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

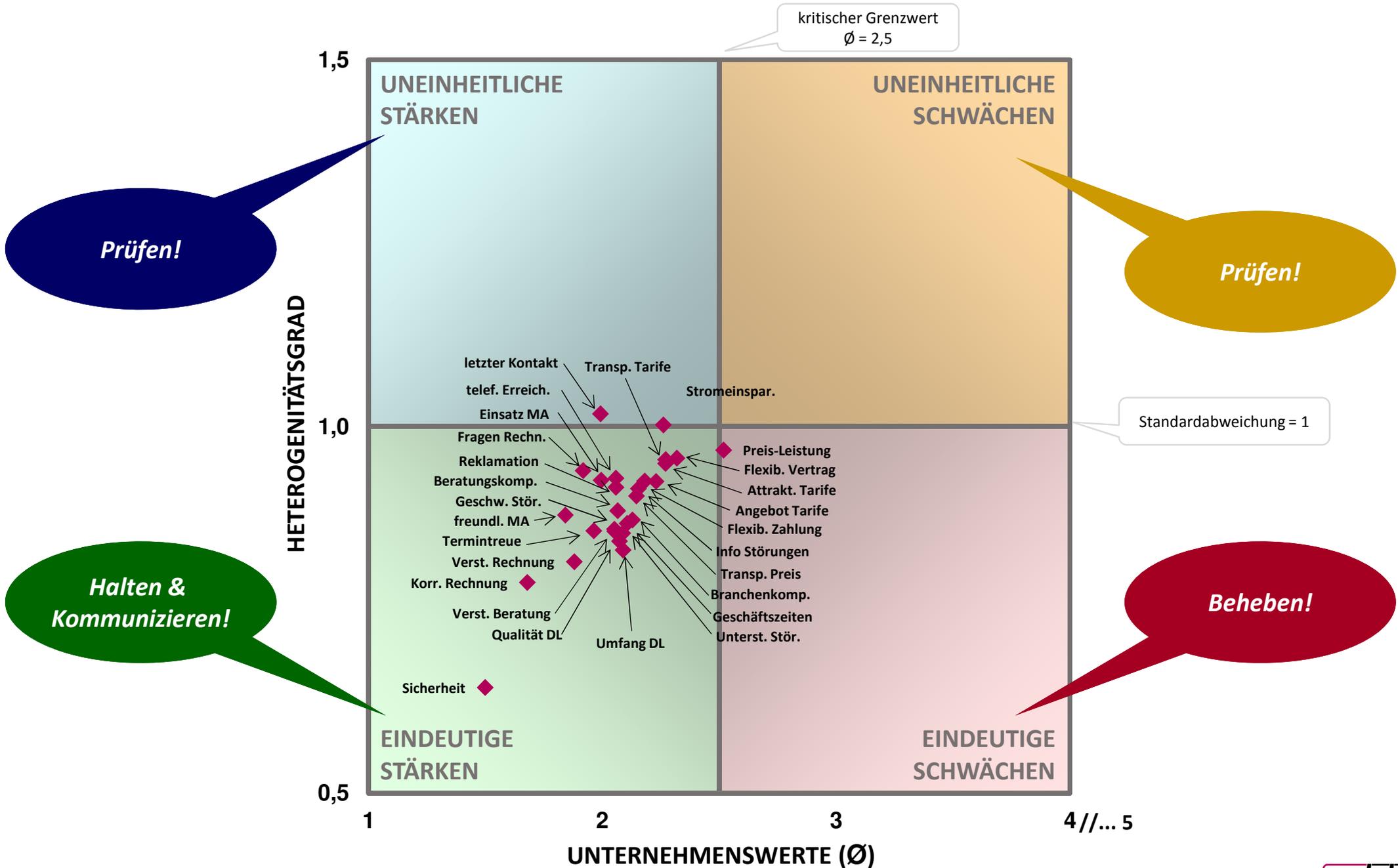
# Branchen-Check „Energieversorger“ – Erläuterung



# Branchen-Check „Energieversorger“ – Unternehmensimage



# Branchen-Check „Energieversorger“ – Kundenzufriedenheit



Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

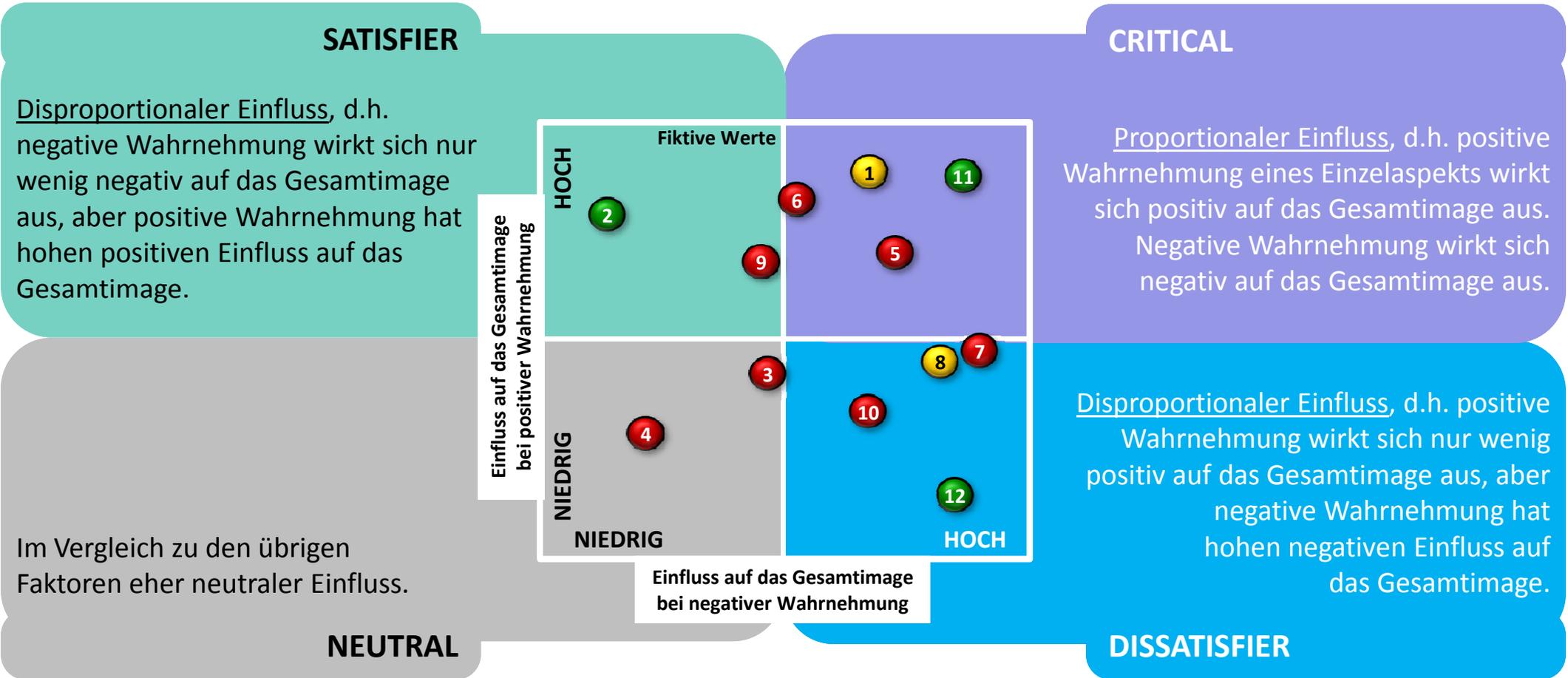
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

## Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# Treiberanalyse – Wirkung von Einzelaspekten auf das Gesamtimage/die Gesamtzufriedenheit

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



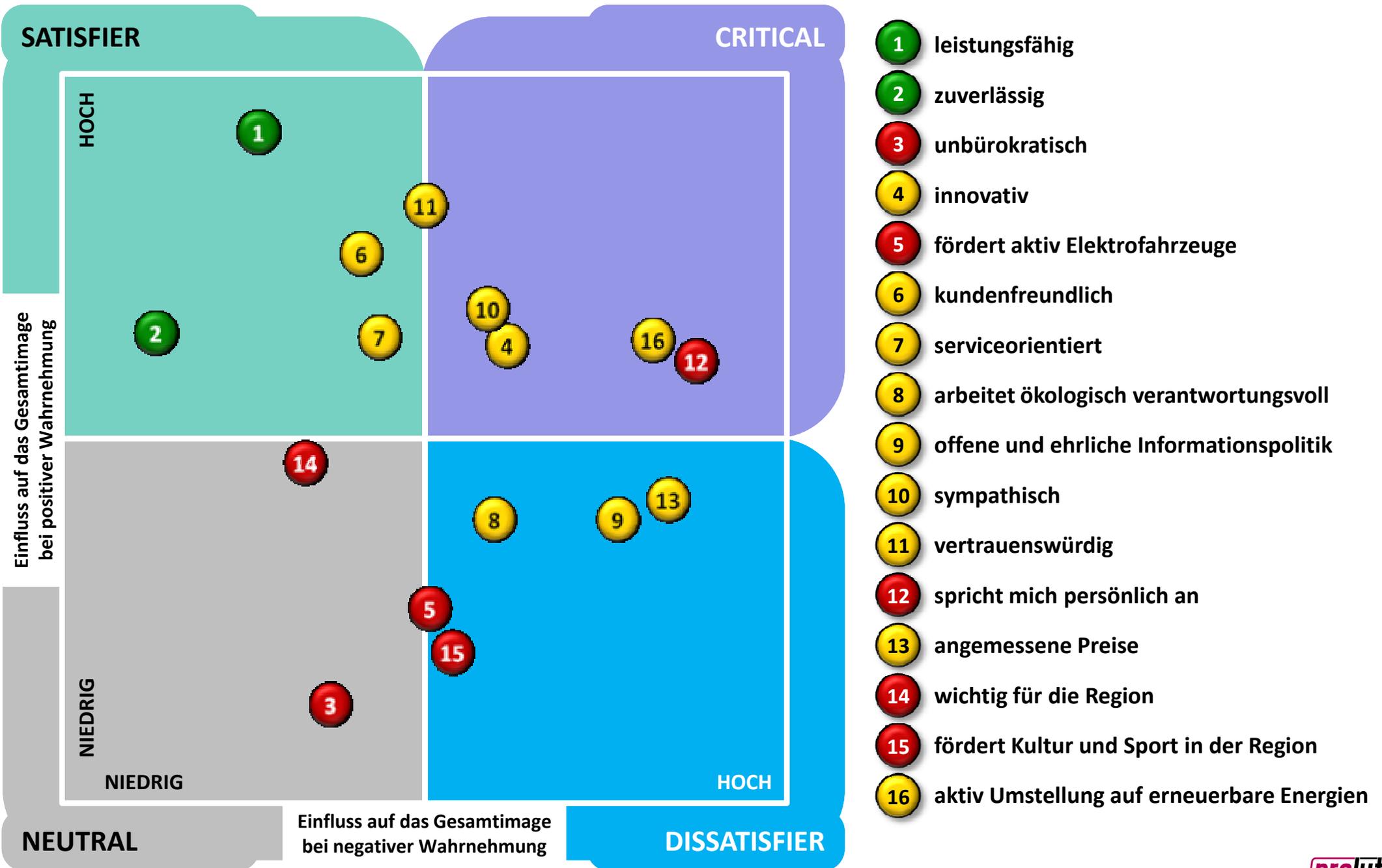
●●● „gut“ Top-2-Notenanteil > 75% und Bottom-2-Notenanteil < 5%

●●● „schlecht“ Top-2-Notenanteil ≤ 50% oder Bottom-2-Notenanteil ≥ 10%

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

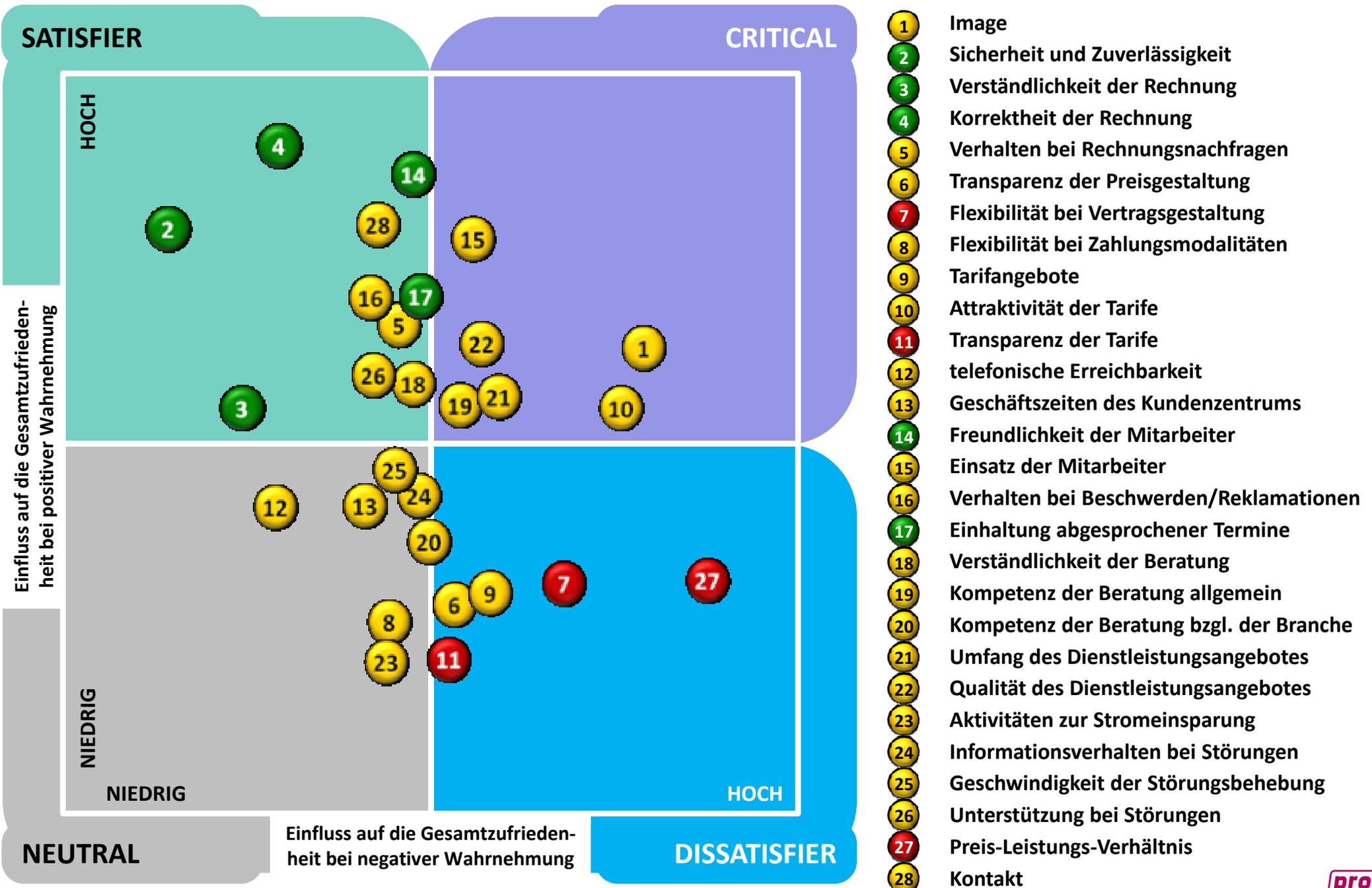
\*Unter Anwendung einer Korrespondenzanalyse

# Treiberanalyse – Detailimage im Bezug auf das Gesamtimage





# Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit



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

## Treiberanalyse – Handlungshinweise Kundenzufriedenheit

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

### 1. CRITICAL

- |  |  |
|--|--|
| 1. Image                                 |  |
| 2. Einsatz der Mitarbeiter               |  |
| 3. Attraktivität der Tarife              |  |
| 4. Qualität des Dienstleistungsangebotes |  |
| 5. Umfang des Dienstleistungsangebotes   |  |
| 6. Kompetenz der Beratung allgemein      |  |

### 2. DISSATISFIER

- |   |  |
|---|--|
| 1. Preis-Leistungs-Verhältnis               |  |
| 2. Transparenz der Tarife                   |  |
| 3. Flexibilität der Vertragsgestaltung      |  |
| 4. Tarifangebote                            |  |
| 5. Transparenz der Preisgestaltung          |  |
| 6. Kompetenz der Beratung bzgl. der Branche |  |

„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

BDEW Kundenfokus

# Inhalt

Welle  
2019/20

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Digitalisierung

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

**Anhang – Fragebogen**



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden  
Jahrgang 2019/2020 – Bundesstudie



## STANDARDFRAGEBOGEN – JAHRGANG 2019/2020

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

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

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

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

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

## SCREENING

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

- O 1 ja ..... Ende Interview
- O 2 nein

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

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

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

- O 1 alleinverantwortlich
- O 2 mitverantwortlich
- O 3 keine Angabe



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden  
Jahrgang 2019/2020 – Bundesstudie



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

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

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

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

Quotenvorgaben sind zu beachten!!

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

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

- O 1 ja
- O 2 nein

## BEKANNTHEIT VON EVU

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

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

- 1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_ 4. \_\_\_\_\_
- etc. \_\_\_\_\_

## IDENTIFIZIERUNG DES EVU

**SWI 2** Welches Energieversorgungsunternehmen versorgt Ihren Betrieb zurzeit mit Strom?

Energieversorger:

\_\_\_\_\_

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

- O 1 ja
- O 2 nein, beziehe Erdgas bei \_\_\_\_\_

**WECHSELVERHALTEN STROM**

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

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen

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

**FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER**

SWI 7 **NUR MEHRFACHWECHSLER**  
Wie oft haben Sie den Stromsorger schon gewechselt?  
\_\_\_\_\_ mal

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

Frühere/r Stromversorger: \_\_\_\_\_

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

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

SWI 9.1 Hat der Wechsel innerhalb des letzten Jahres stattgefunden?

- O 1 ja
- O 2 nein
- O 3 weiß nicht

**TARIFE STROM**

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

- O 1 ja
- O 2 nein
- O 3 weiß nicht

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

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen

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

**INFORMATIONSVERHALTEN ENERGIEVERSORGUNG**

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

Interviewer: Antworten vorlesen, zutreffende Antwort auswählen

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

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

Interviewer: Antworten nicht vorlesen, Mehrfachnennungen möglich

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

**A'PRIORI-ZUFRIEDENHEIT**

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

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

**WAHRNEHMUNGSQUELLEN DES AKTUELLEN EVU**

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

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

- O 1 in Tageszeitungen
- O 2 Zeitschriften/Fachzeitschriften
- O 3 Kundenzeitschrift
- O 4 im Radio
- O 5 im Fernsehen
- O 6 im Kino
- O 7 Messen
- O 8 Plakatwerbung
- O 9 Werbung in Sportstadien (Trikot, Banden etc.)
- O 10 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- O 11 im Freundes-/Verwandtenkreis o. Berufskollegen
- O 12 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
- ( ) fördert aktiv die Verbreitung von Elektrofahrzeugen
- ( ) ist kundenfreundlich
- ( ) ist serviceorientiert

Fortsetzung Frage 8

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

## E-MOBILITÄT

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

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

Interviewer: Antworten vorlesen!

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

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

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

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

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

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

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

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

## DIGITALISIERUNG

Im Folgenden geht es das Thema Digitalisierung bei der Energieversorgung.

Frage 11 **Die Digitalisierung erhält auch immer stärkeren Einzug bei den Energieversorgern. Die meisten Anliegen können bereits jetzt schon auf elektronischem Wege via Internet erledigt werden, ohne dass ein persönlicher Kontakt nötig ist. Welche Folgen erwarten Sie als Energiekunde von dieser Entwicklung? Vergeben Sie bitte für die folgenden Aussagen eine Bewertung zwischen 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.**

- Ich kann sehr einfach und schnell mein Anliegen meinem EVU mitteilen.
- Ich kann mir vorstellen, alle Angelegenheiten online mit meinem EVU zu erledigen.
- Ich mache mir Sorgen, ob meine Daten sicher sind und sie dahin gelangen, wo sie hingehören.
- Meine Anliegen werden schneller bearbeitet.
- Ich habe Angst, dass mein Energieversorger die Möglichkeiten des telefonischen oder persönlichen Kontaktes einstellt.
- Die Erreichbarkeit meines Energieversorgers ist jederzeit gegeben.
- Digitale Kontaktwege sind für mich als Kunde von Vorteil.
- Durch Kosteneinsparungen beim Energieversorger erhoffe ich mir günstigere Preise.

Frage 12 **Würden Sie den Ausbau des elektronischen Kontakts zu Ihrem Energieversorger via Internet in Zukunft befürworten oder ablehnen. Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 für „befürworte ich sehr“ bis 5 für „lehne ich ganz und gar ab“.**

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

- Bewertung

Frage 13 **Welche digitalen Angebote Ihres Stromversorgers kennen Sie?**

## KONTAKTE ZUM EVU

Frage 14 **Haben Sie einen festen Ansprechpartner bei Ihrem Energieversorgungsunternehmen [Einblendung SWI 2]?**

- 1 ja
- 2 nein

**bdew** Energie, Wasser, Leben. Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden Jahrgang 2019/2020 – Bundesstudie

**prolytics**

**Frage 15** 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 15.1 oder Frage 15.2  
 O 2 ja, mit Beschwerde ..... → Frage 15.1 oder Frage 15.2  
 O 3 ja anderer Kontaktgrund ..... → Frage 15.1 oder Frage 15.2  
 O 4 nein, noch nie ..... → Frage 16  
 bei Mehrfachnennung → Frage 15.1, sonst Frage 15.2

**Frage 15.1** 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 15.2** (Bei Mehrfachnennung Frage 14: 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 15.3** 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 15.4** 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 15.5** 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

**bdew** Energie, Wasser, Leben. Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden Jahrgang 2019/2020 – Bundesstudie

**prolytics**

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

**Interviewer:** Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen!  
 ( ) Bewertung ..... Bewertung 0, 1, 2 → Frage 16 | Bewertung 3,4,5 → Frage 15.7

**Frage 15.7** Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

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

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

**GENERELLE ASPEKTE ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT**

Frage 16 Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2]? Bitte vergeben Sie für die einzelnen Aspekte Bewertungen zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“. Versuchen Sie bitte möglichst jeden Aspekt zu bewerten!

Wie zufrieden sind Sie mit ...?

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

Bewertung

*Stromversorgung*

- der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung

Note 3-5: Bitte begründen Sie Ihre Bewertung \_\_\_\_\_

*Rechnung*

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

*Tarife*

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

*Kundenbetreuung*

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

*Beratung*

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

Fortsetzung Frage 16:

*Störungen der Stromversorgung*

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

**NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM**

Frage 17 Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] ins Verhältnis zu dessen Leistungen setzen? Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?

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

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

**A'POSTERIORI-ZUFRIEDENHEIT**

Frage 18 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 19 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 20

- O 1 absolut sicher bleiben ..... → Frage 19.1
- O 2 sehr wahrscheinlich bleiben..... → Frage 19.1
- O 3 wahrscheinlich bleiben..... → Frage 19.1
- O 4 eher unwahrscheinlich bleiben..... → Frage 19.2
- O 5 unwahrscheinlich bleiben..... → Frage 19.2



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden  
Jahrgang 2019/2020 – Bundesstudie



**Frage 19.1** Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] bleiben?

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

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

→ Frage 20

**Frage 19.2** 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 20** 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



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden  
Jahrgang 2019/2020 – Bundesstudie



**Frage 21** 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 22** 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 23** 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 24** 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 25** Wenn Sie sich jetzt Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben? Würden Sie ...?

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

- O 1 absolut sicher bleiben ..... → Frage 25.1
- O 2 sehr wahrscheinlich bleiben..... → Frage 25.1
- O 3 wahrscheinlich bleiben..... → Frage 25.1
- O 4 eher unwahrscheinlich bleiben..... → Frage 25.2
- O 5 unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 25.2

Frage 25.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben?

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

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

→ Frage 26

Frage 25.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] wechseln?

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

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

Frage 26 Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] empfehlen würden? Wäre es ...?

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

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

Frage 27 Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

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

## FIRMOGRAPHIE

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

Frage 28 Welche Position bzw. Stellung nehmen Sie in Ihrem Unternehmen ein?

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

Frage 29 Wie hoch ist der Jahresumsatz Ihres Betriebes (gemeint ist der Nettoumsatz, der an Ihrer Arbeitsstätte erwirtschaftet wird)?

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