

# BDEW Kundenfokus 2020/2021

Repräsentativbefragung  
bei Gewerbebetrieben im Bundesgebiet



## Ergebnisbericht

November 2020

**bdew**  
Energie. Wasser. Leben.

**prolytics**

|  |     |
|--|-----|
| Ergebnisse im Überblick .....                              | 2   |
| Energieversorger in der Öffentlichkeit .....               | 13  |
| E-Mobilität .....  | 20  |
| Klimaschutz .....  | 26  |
| Image und Kundenzufriedenheit .....                        | 34  |
| Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft .....  | 69  |
| Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft ..... | 82  |
| Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU .....             | 94  |
| Ergebnisse der Modellanalyse .....                         | 98  |
| Anhang – Fragebogen .....                                  | 104 |

# Eckdaten Welle 2020/21

## 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. 2020**

Die Feldarbeit erfolgte in einem Zeitraum von 6 Kalenderwochen im Oktober-November 2020.

## Firmografie

in der Stichprobe

**46%**   
Geschäftsführer

 **< 5 Mitarbeiter**  
**40%**

 **41%**  
Erdgasnutzer

Die Struktur der Stichprobe entspricht der Verteilung im Bundesgebiet.

# Themen

Welle  
2020/21



## Image

Neben dem Gesamtimage werden insgesamt 17 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.



## Klimaschutz

Zentrale Thema sind die Einstellung zum Klimaschutz, die Rolle des Stromversorgers beim Klimaschutz sowie die Bedeutung, Qualitätsbewertung und Nutzung von Ökostrom.

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 17 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



**63%\***  
„vertrauenswürdig“

Emotionale Image-Items werden insgesamt gut bis durchschnittlich bewertet. Die höchsten Top-2-Anteile\* besitzt die Vertrauenswürdigkeit (63%). Danach folgen mit etwas Abstand die Bewertung der Faktoren Sympathie (57%), Innovationsfähigkeit und Gefallen (jeweils 52%). Mit weiterem Abstand folgen der Faktor unbürokratisches Arbeiten (50%) und der Faktor Offenheit/Ehrlichkeit (48%). Im Vergleich zum Vorjahr zeigen alle emotionale Image-Items teils stärkere, teils leichtere negative Tendenzen. Die Faktoren Sympathie (-10%-Punkte), Vertrauenswürdigkeit, Innovationsfähigkeit (jeweils -9%-Punkte), Gefallen (-7%-Punkte), unbürokratisches Arbeiten und Offenheit/Ehrlichkeit (jeweils -3%-Punkte) besitzen somit Steigerungspotential.

**Insgesamt gute bis durchschnittliche Bewertung emotionaler Faktoren, mit negativer Entwicklung**

## Leistung



**80%\***  
„zuverlässig“

Die höchsten Zustimmungsanteile erhalten die EVU weiterhin, wenn es um ihre Leistungsfähigkeit geht. Sie gelten als zuverlässig (Top-2: 80%), leistungsfähig (72%), kundenfreundlich (65%) und serviceorientiert (60%).

Beim sensiblen Thema Preise (Top-2: 53%) haben sich die Bewertungen gegenüber der letztjährigen Messung verschlechtert (-6%-Punkte), aber auch insgesamt zeigen Aspekte der Leistungsfähigkeit mit Abnahmen von 5 bis 8% deutliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr.

**Leistung ist weiter die absolute Stärke der EVU, aber es sind Verschlechterungen zu beobachten**

## Ökologie



**47%\***  
„arbeitet ökologisch verantwortungsvoll“

Bei diesem Thema fällt insbesondere auf, dass 22-31% der Gewerbebetriebe nicht in der Lage sind, die Verbindung Ökologie - EVU zu bewerten. Die Bewertungen sind auf durchschnittlichem Niveau sowohl hinsichtlich der Bewertung des ökologisch verantwortungsvollen Arbeitens (47%) als auch beim Engagement zur Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien (45%) und der Förderung von Elektrofahrzeugen (36%).

**Ökologie als Imagefaktor ist ausbaufähig**

## Regionale Verantwortung



**59%\***  
„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 auch 2020 eingeschränkt wahr. Rund 32% können das Engagement der EVU nicht bewerten. Wird eine Bewertung vorgenommen, so ist das Urteil als eher durchschnittlich zu bewerten. Mehr als jeder Zehnte vergibt eine negative Bewertung.

**Engagement für Region stärker kommunizieren**

**Das Image der deutschen EVU ist insgesamt zwar positiv, aber bei allen Faktoren zeigt sich eine negative Entwicklung. Regionale und ökologische Aspekte werden auch 2020 von den Kunden häufig nicht wahrgenommen und müssen als Treiber für ein positives Image ausgebaut werden.**

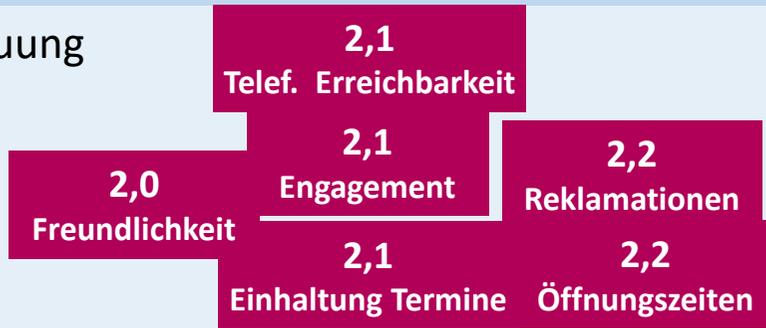
\* Top-2: Zusammenfassung der Anteile der Bewertungen 1 + 2 (Zustimmung) auf der fünfstufigen Skala

## 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



Von hohem Niveau kommend nimmt die Betreuungszufriedenheit leicht ab, wobei der Anteil derjenigen, die keine Bewertung abgeben konnten, mit 15-26% erwartungsgemäß hoch ausfällt. Auch die leicht verschlechterte Bewertung des Reklamationsverhaltens ist vor dem Hintergrund der Sensibilität des Themas dennoch als gut zu bezeichnen.

**Betreuungszufriedenheit weiter hoch, bei leicht abnehmender Tendenz**

## Rechnung



Die formale Anforderung Korrektheit der Rechnung ist 2020 weiterhin sehr gut, die Verständlichkeit der Rechnung hingegen nur noch gut erfüllt. Alle Merkmale weisen mit einer Verringerung des Top-2-Anteils um 3-7%-Punkte eine negative Entwicklung auf.

**Hohe Zufriedenheit mit der Rechnung, aber mit negativem Trend**

## Vertrag



Die Transparenz der Preisgestaltung und die Flexibilität bei Zahlungsmodalitäten verschlechtern sich leicht gegenüber dem Vorjahr und könnten eine Optimierung erfahren. Die Durchschnittsbewertung der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung zeigt sich im Jahresvergleich unverändert.

**Zufriedenheit mit Vertragsaspekten ist gegeben, aber verbesserungsfähig**

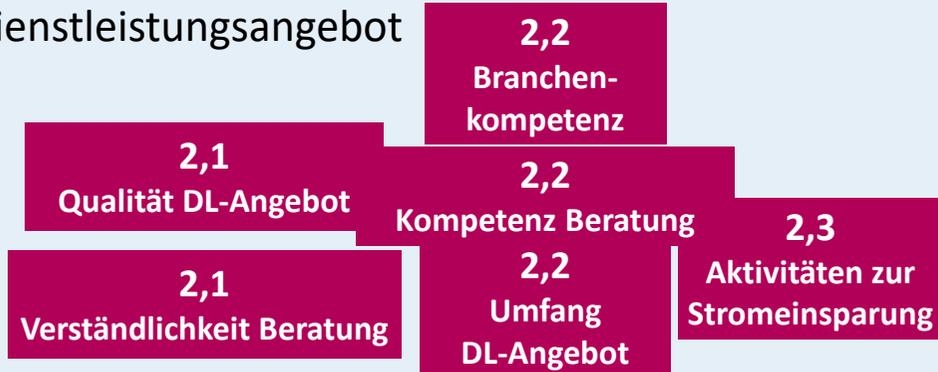
\* Mittelwert auf einer Skala von 1 = „positive Bewertung“ bis 5 = „negative Bewertung“

## 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



Weiterhin rund jeder Fünfte traut sich keine Bewertung zu. Insgesamt fällt die Bewertung der angebotenen Dienstleistungen und deren Ausführung etwas schlechter als 2020 aus (Top-2: -2 bis -6%-Punkte). Die Aktivitäten zur Stromeinsparung fallen erwartungsgemäß lediglich durchschnittlich aus.

**Relativ hohe Zufriedenheit mit angebotenen Dienstleistungen, aber negative Tendenz**

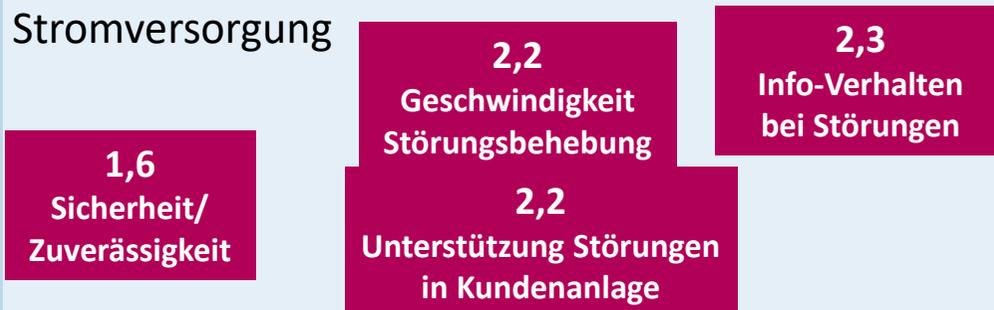
## Tarife



Die Zufriedenheit mit dem Angebot unterschiedlicher Tarife und mit der Attraktivität der Tarife hat im Vergleich zu 2019 leicht abgenommen (Top-2: -4 bzw. -5%-Punkte), ist aber weiterhin als durchschnittlich zu bezeichnen. Mehr als jeder zehnte Betrieb traut sich keine Bewertung zu.

**Zufriedenheit mit Tarifen nimmt leicht ab**

## 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. Bei Störungen schneiden die EVU nun gut bis durchschnittlich 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. Während die Preiszufriedenheit gegenüber 2019 im Top-2-Anteil unverändert bleibt, nimmt der Bottom-2-Anteil etwas zu (-2%-Punkte).

**Preis-Leistungs-Verhältnis wird  
als angemessen bewertet**

## Gesamtzufriedenheit

**2,2**  
Gesamtbewertung

Die Gesamtzufriedenheit liegt mit 63% (sehr) guter Bewertungen auf etwas niedrigerem Niveau als 2019. Insgesamt deutet sich ein negativer Trend an (-7%-Punkte bei Top-2-Bewertung).

**Niveau stabilisieren**

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

## Kunden

# Bindung

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



Die Wechselquote ist gegenüber der Welle 2019 um 0,1 Prozentpunkt gestiegen und liegt aktuell bei 42,3%.

**Wechslerquote konstant**

2,2\*



63% sind mit ihrem Stromversorger zufrieden. Der Anteil Zufriedener hat sich im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert (-7%-Punkte Top-2).

2,5\*



Rund 49% geben an, (sehr) wahrscheinlich bei ihrem Stromversorger zu bleiben. Dies stellt gegenüber 2019 eine Abnahme um 5%-Punkte dar.

2,6\*



Rd. 44% würden ihren Stromversorger absolut sicher oder sehr wahrscheinlich weiterempfehlen (-4%-Punkte). Gegenüber 2019 gibt es im Bottom-Bereich eine Zunahme um ca. 4%-Punkte.

VERGLEICH

2,6\*



Nur noch 38% halten ihren Stromversorger für etwas bzw. viel besser als andere ihnen Bekannte. Dies entspricht einer Abnahme von 6%-Punkten gegenüber der Vormessung.

71%



## Kundenbindung leicht gesunken

Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung Veränderungen in negativer Richtung auf. Der Kundenbindungsindex liegt nun bei 71%, einem Minus von 1%-Punkt (auf einer Skala von 0 bis 100%).

# Wahrnehmung der EVU

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

## Bekanntheit

Hinsichtlich der Bekanntheit treten in der Reihenfolge der ungestützten Bekanntheit keine Veränderungen gegenüber 2019 auf. E.ON werden von 46% (-1%-Punkt), Stadtwerke von 41% (-4%-Punkte), RWE von 31% (-4%-Punkte) und Vattenfall von 26% (-7%-Punkte) der Befragten Unternehmen genannt. Yello wird nun von 23% genannt (+3%-Punkte).

**Yello gewinnt leicht an Bekanntheit**

## Quellen

Tageszeitungen sind die wichtigsten Wahrnehmungsquellen (18%), gefolgt von Infopost/Postwurfsendungen (16%). Der Anteil derjenigen, die nichts wahrgenommen haben, ist um 3%-Punkte gestiegen und liegt aktuell bei 36%.

**Tageszeitungen weiterhin häufigste Wahrnehmungsquelle**

## Werbeerinnerung

Rund 27% können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern. Hier ist eine zunehmende Tendenz feststellbar. Mailing-Aktionen (28%), Plakate (22%) und Tageszeitungen (21%) weisen die höchste Werbeerinnerung auf.

**Zunehmende Werbeerinnerung**

**68%**  **informieren sich mind. 1x im Jahr**



**66%/58%**  
**Vergleichsportale/  
Internetseiten EVU**

## Informationsverhalten

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

**Preisvergleiche sind populär**

Die wichtigste Informationsquelle ist wie im Vorjahr das Internet: Vergleichsportale (66%; +16%-Punkte) und Seiten von Energieversorgern (58%; +2%-Punkte) werden am häufigsten zur Information genutzt, mit deutlichem Abstand gefolgt von Tageszeitungen/Zeitschriften/Fachzeitschriften (7%; -1%-Punkt).

**Internet wichtigste Quelle**

## Werbebewertung

Die Werbung wird insgesamt schlechter als 2019 bewertet. Der Top-2-Anteil\* hat um -6%-Punkte abgenommen. 53% vergeben eine positive Note.

**Werbung wird schlechter 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.

31%

... interessieren sich aktiv für Elektroautos, d.h. sie haben sich hierzu bereits informiert bzw. planen den Kauf oder nutzen ein E-Auto (-3%-Punkte).



27%

... interessieren sich überhaupt nicht für Elektroautos (-7%-Punkte).

32%

... halten ihren Stromversorger für engagiert (-2%-Punkte).



27%

... trauen dem EVU bereits jetzt eine kompetente Beratung zu (+1%-Punkt).

32%

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

24%

... sehen das EVU als möglichen Autoverkäufer an (+4%-Punkte).

50%

... wissen nicht, ob ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (+1%-Punkt).



64%

... wissen nicht, ob ihr Stromversorger Wall-Boxes im Angebot hat (-1%-Punkt).

35%

... geben an, dass ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (-1%-Punkt).



**Stromversorger sind bei diesem Thema gegenwärtig weiter (noch) nicht im Relevant-Set verankert.**

# Klimaschutz

Dieses Thema greift die Einstellung zum Klimaschutz, die Rolle des Stromversorgers beim Klimaschutz sowie die Bedeutung, Qualitätsbewertung und Nutzung von Ökostrom auf.



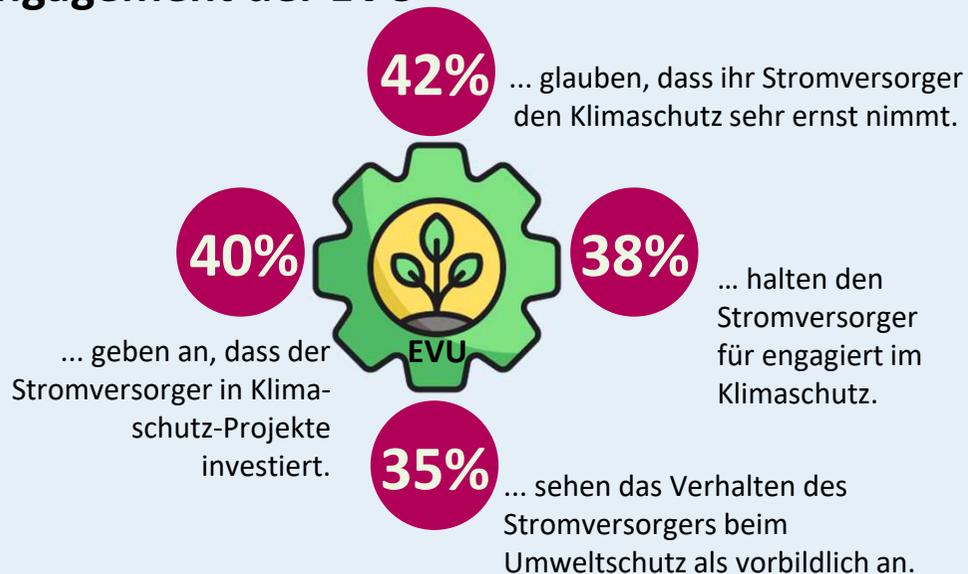
Ursache für den Klimawandel ist aus Sicht der Mehrheit aller befragten Unternehmen das Handeln des Menschen.

52%

55%

Mehr als die Hälfte der Unternehmen wünscht sich einen Verzicht von Kohlestrom schon vor 2038.

## Engagement der EVU\*



## Ökostromangebote



**Das Engagement und Ökostromangebote müssen durch Kommunikation stärker im Bewusstsein der Unternehmen verankert werden.**

\* Top-2-Bewertungen: Bewertungen 1 (trifft voll und ganz zu) und 2 auf einer fünfstufigen Skala

Ergebnisse im Überblick

## Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

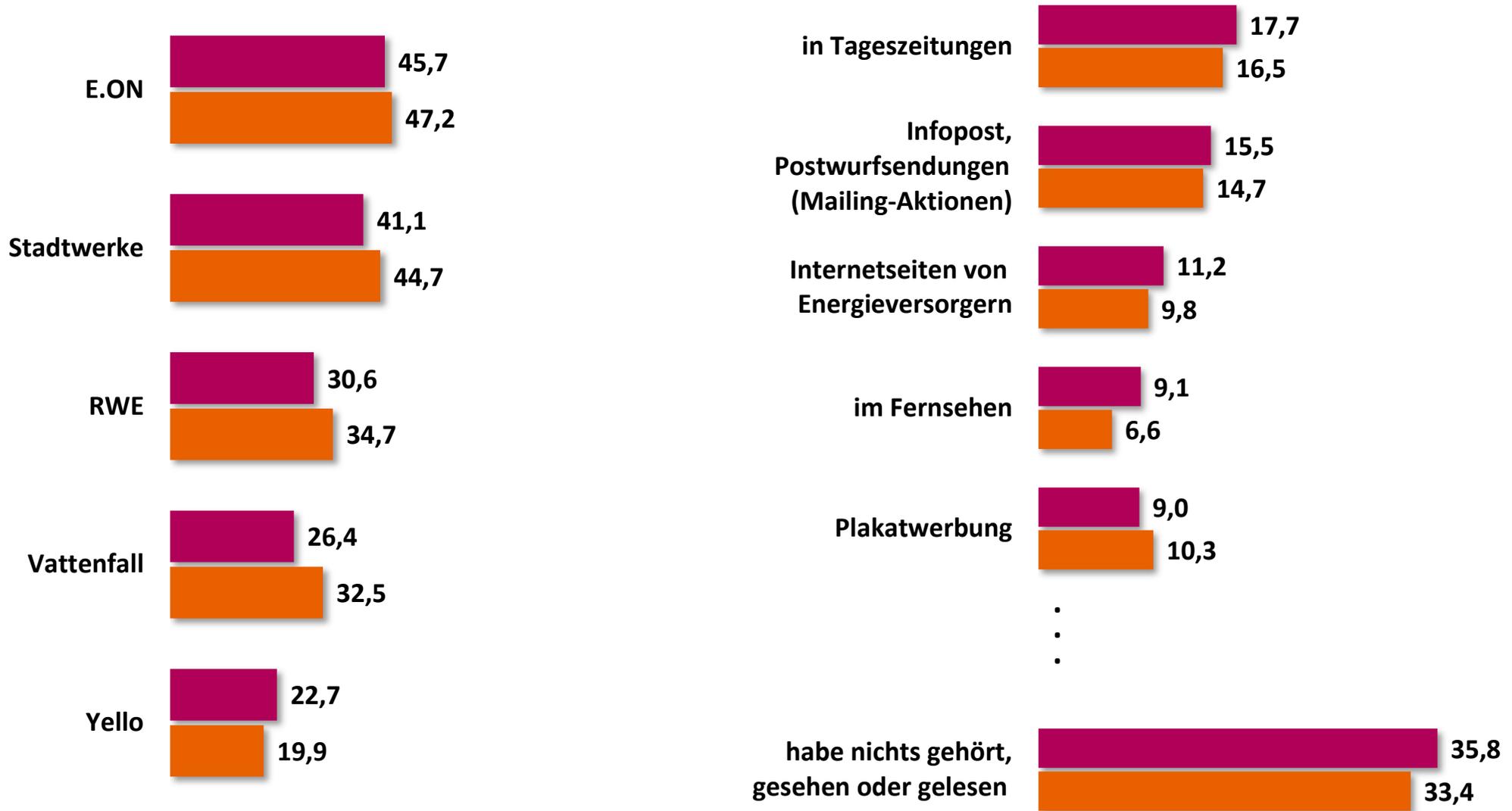
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

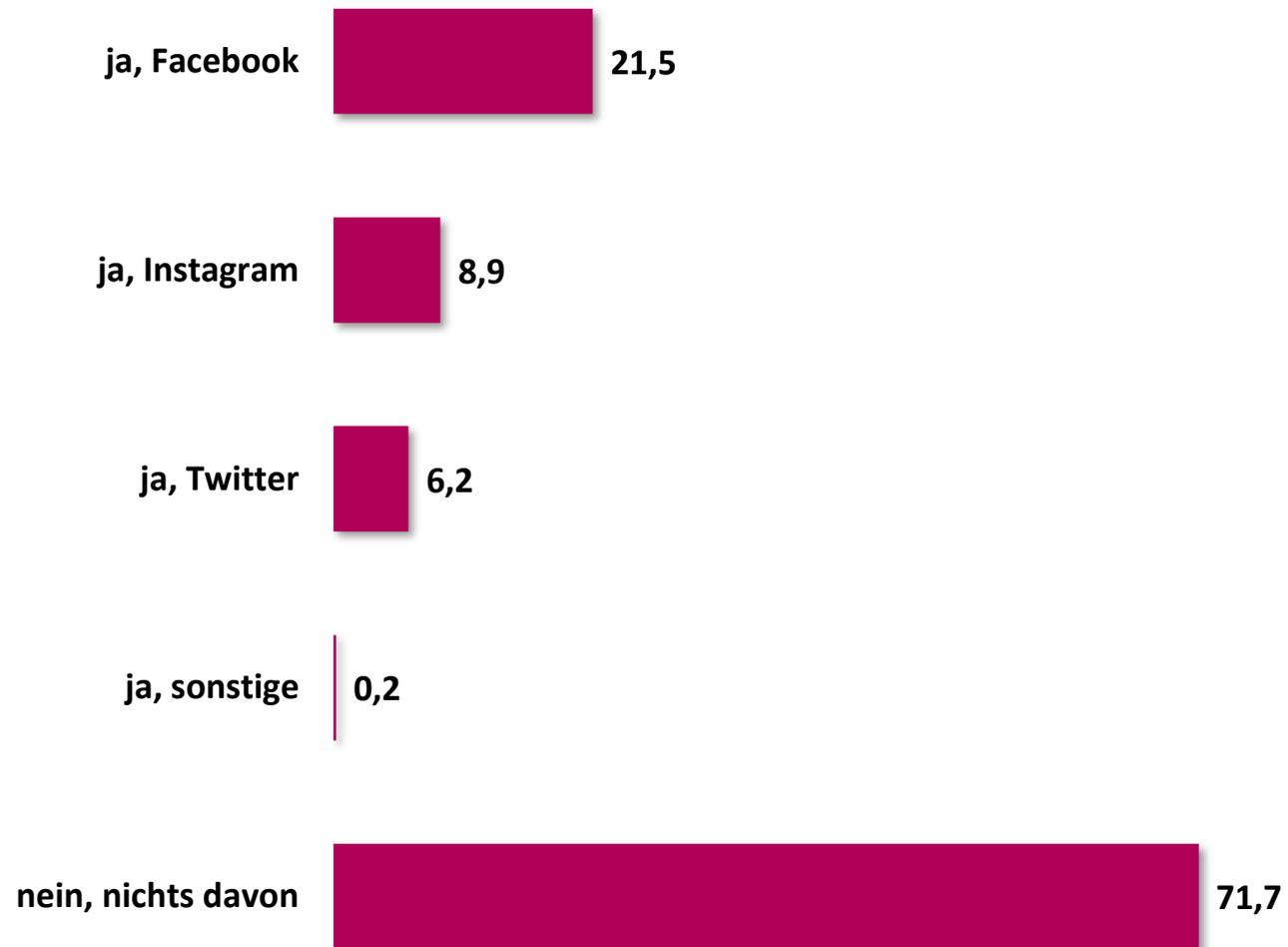


Frage 1: Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

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

Angaben in %

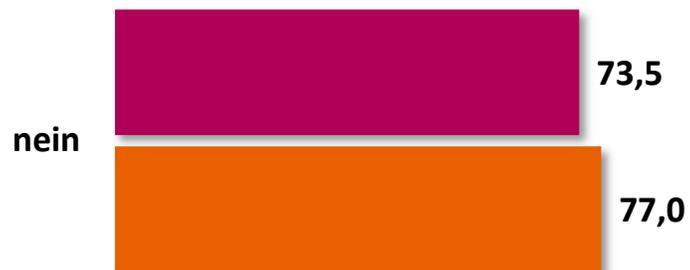
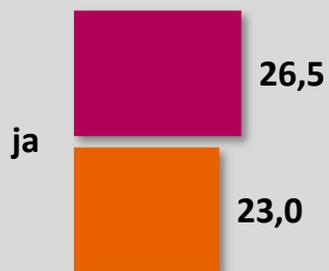
## Social-Media-Präsenz



Frage 6: Haben Sie sich schon einmal die Social Media-Präsenzen Ihres Stromversorgers angesehen? Gemeint sind Facebook, Twitter, Instagram usw.. (Mehrfachantwort)

Angaben in %

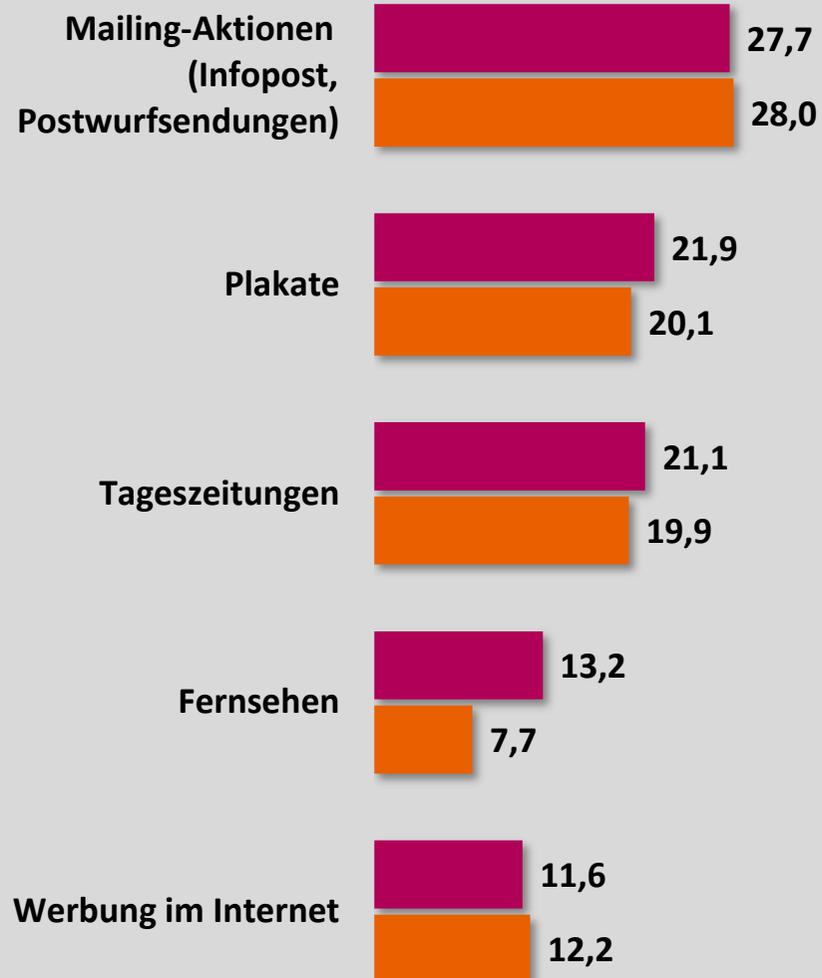
# Wahrnehmung von Werbung



| Bundesbenchmark           |      |
|---------------------------|------|
| Gesamt                    | 26,5 |
| Big 4                     | 24,5 |
| reine Ökoanbieter         | 14,3 |
| Discounter                | 27,5 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 31,1 |
| Regionalversorger         | 27,5 |

Frage 7: Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers in letzter Zeit erinnern?

■ Studie 2020 (n = 1.040) ■ Studie 2019 (n = 1.040)

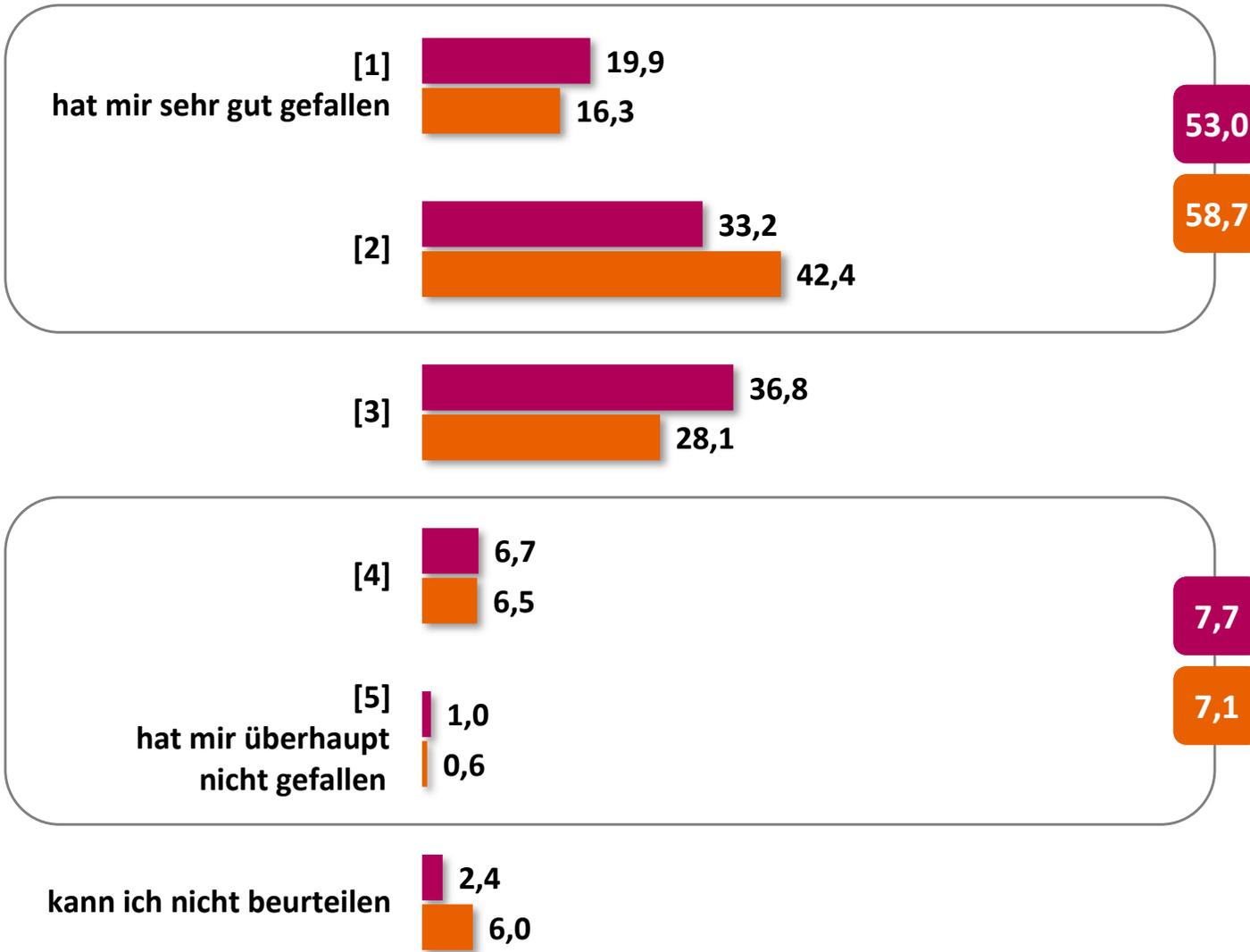


Frage 7.1: Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

■ Studie 2020 (n = 276) ■ Studie 2019 (n = 239)

Angaben in %

# Bewertung wahrgenommener Werbung

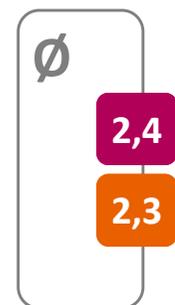
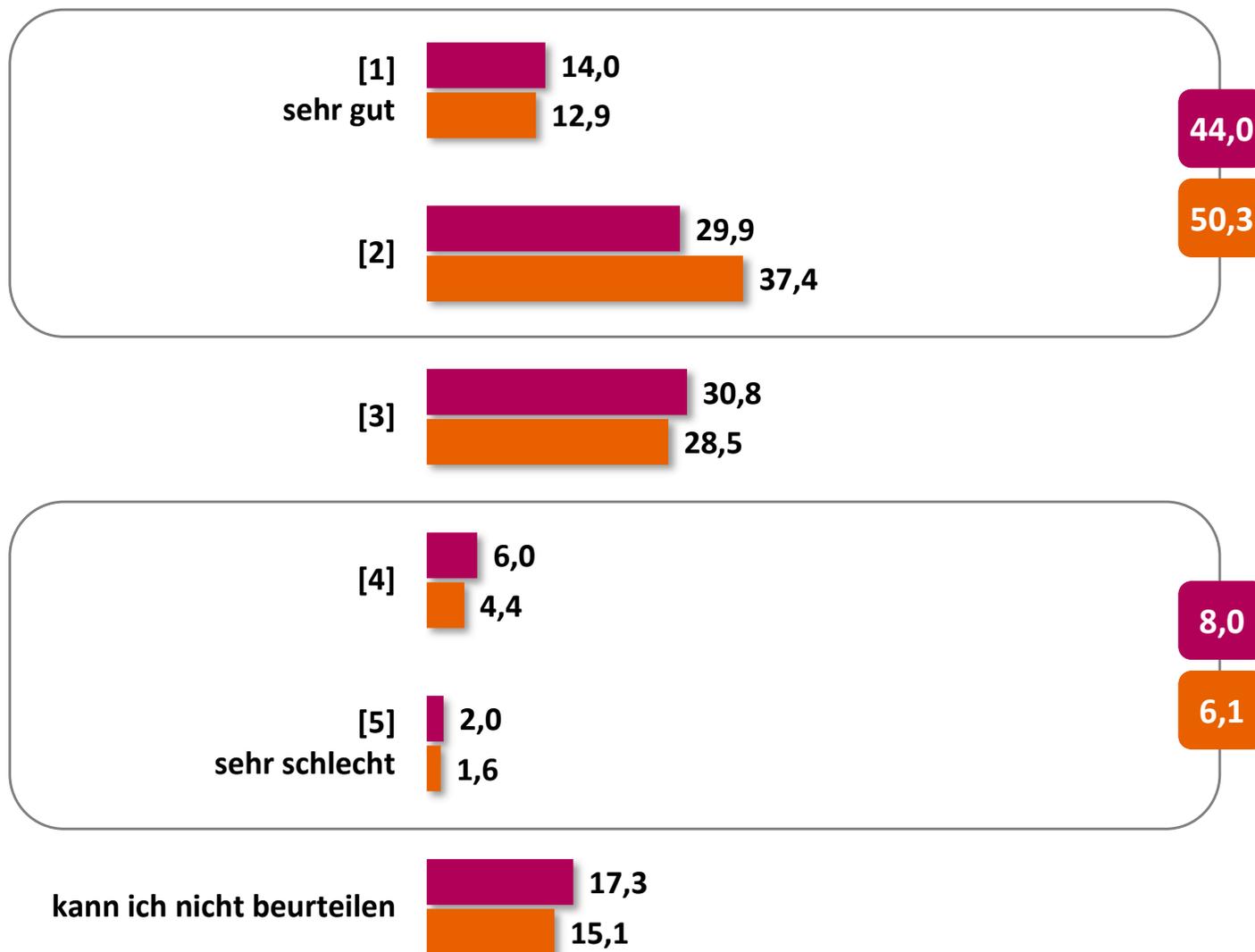


| Bundesbenchmark           |     |
|---------------------------|-----|
| Gesamt                    | 2,3 |
| Big 4                     | 2,3 |
| reine Ökoanbieter         | 3,5 |
| Discounter                | 2,2 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 2,4 |
| Regionalversorger         | 2,2 |

Frage 7.2: Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?

Angaben in %

# Bewertung des öffentlichen Auftritts

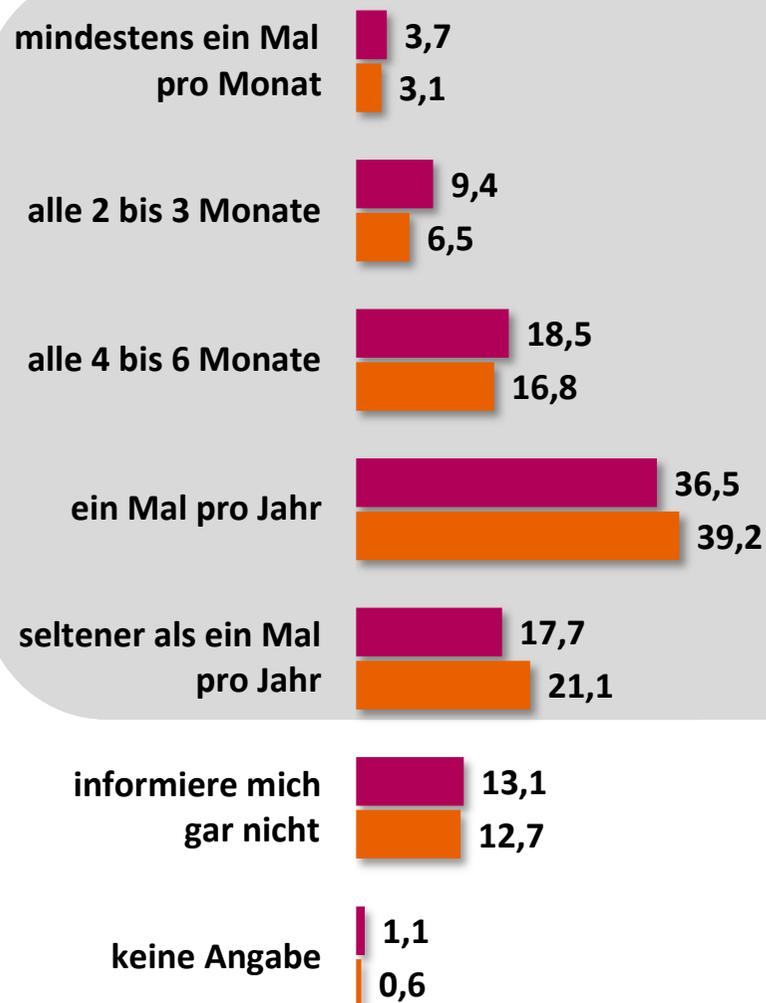


| Bundesbenchmark           |     |
|---------------------------|-----|
| Gesamt                    | 2,4 |
| Big 4                     | 2,4 |
| reine Ökoanbieter         | 2,7 |
| Discounter                | 2,5 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 2,4 |
| Regionalversorger         | 2,2 |

Frage 8: Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers?

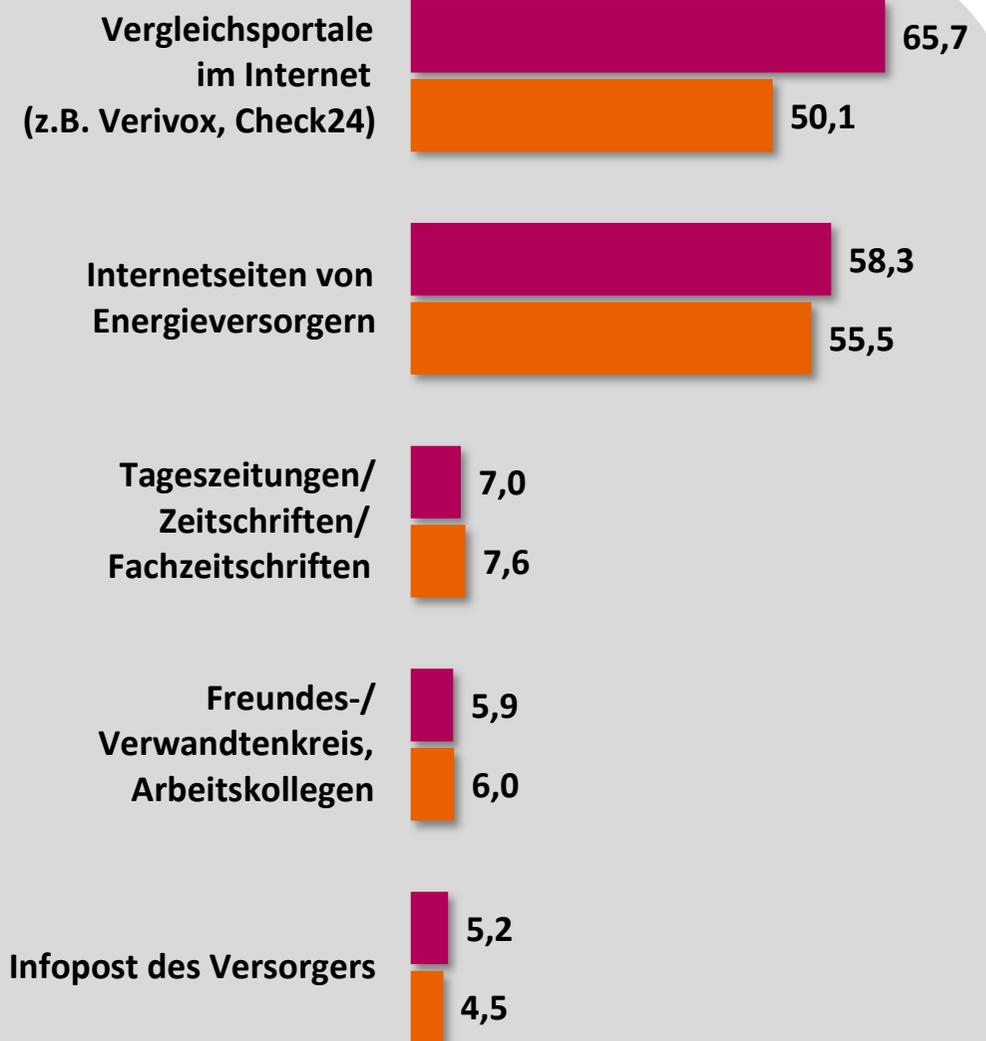
Angaben in %

## Informationsverhalten



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

Studie 2020 (n = 1.040) Studie 2019 (n = 1.040)



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

Studie 2020 (n = 893) Studie 2019 (n = 901)

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

## E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

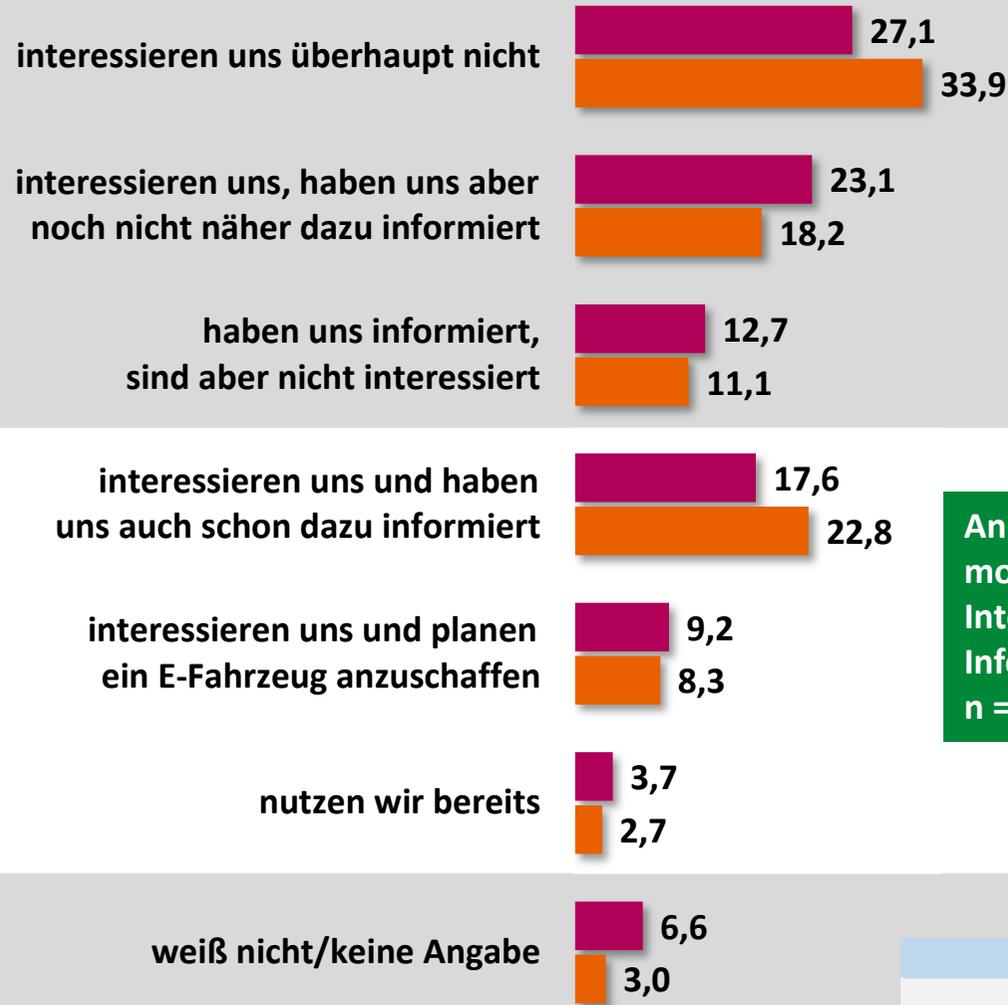
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# Interesse an Elektromobilität



An Elektromobilität Interessierte und Informierte: n = 317 (30,5%)

An Elektromobilität Desinteressiert oder nicht Informierte: n = 723 (69,5%)

| Art des Elektrofahrzeugs  | Anschaffung      |                          |
|---------------------------|------------------|--------------------------|
|                           | geplant (n = 95) | bereits erfolgt (n = 38) |
| vollelektrisches Fahrzeug | 61,0             | 65,0                     |
| PlugIn-Hybrid             | 33,0             | 31,0                     |
| weiß nicht/keine Angabe   | 6,0              | 4,0                      |

Frage 10: Wie interessant ist das Thema E-Mobilität für Sie? Elektrofahrzeuge ...

Angaben in %

# Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität

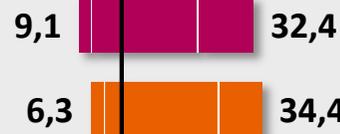
Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

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

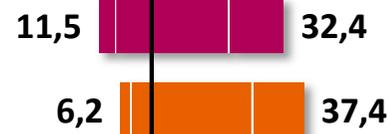
**Mittelwerte/Benchmarks**

**40,2** Mein Stromversorger ist im Bereich E-Mobilität/Stromautos bereits sehr engagiert  
**40,5**



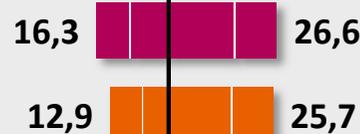
|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,4</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,4</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,4        | Discounter                | 2,5 |
| Big 4             | 2,4        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,4 |
| reine Ökoanbieter | 3,0        | Regionalversorger         | 2,4 |

**37,5** Mein Stromversorger verfügt über die nötige Kompetenz, um bei der E-Mobilität/Stromautos ein Ansprechpartner der Kunden zu sein  
**38,2**



|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,5</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,3</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,5        | Discounter                | 2,6 |
| Big 4             | 2,5        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,5 |
| reine Ökoanbieter | 3,1        | Regionalversorger         | 2,4 |

**38,5** Mein Stromversorger kann mich bereits jetzt kompetent zum Thema E-Mobilität/Stromautos beraten  
**40,8**



|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,8</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,7</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,8        | Discounter                | 2,9 |
| Big 4             | 2,8        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,8 |
| reine Ökoanbieter | 3,5        | Regionalversorger         | 2,7 |

**24,7** Ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig ein Auto bei meinem Energieversorger zu kaufen  
**22,3**

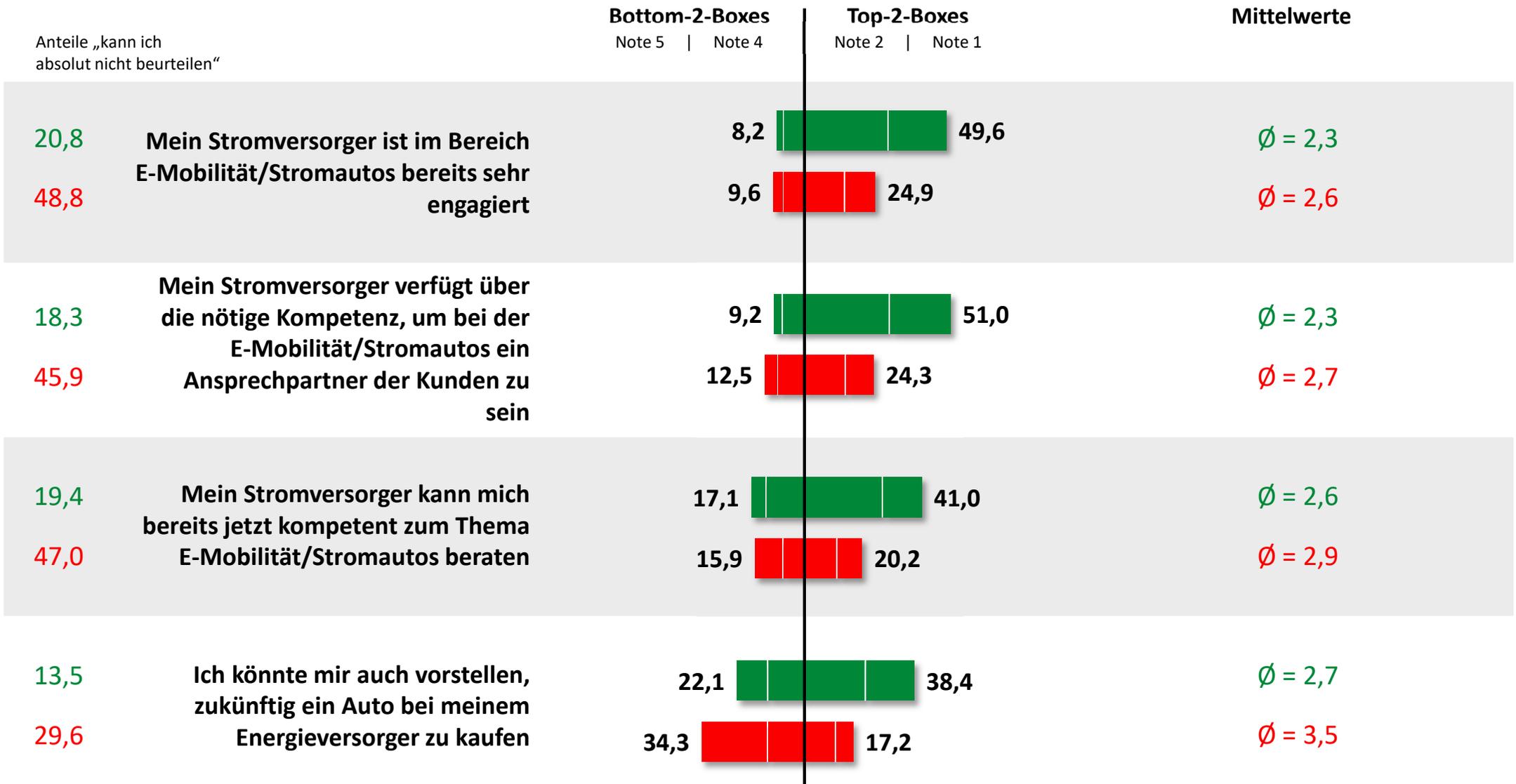


|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>3,2</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>3,6</b> |                           |     |
| Gesamt            | 3,2        | Discounter                | 3,2 |
| Big 4             | 3,0        | Stadtwerke/Lokalversorger | 3,4 |
| reine Ökoanbieter | 3,7        | Regionalversorger         | 3,4 |

Frage 11: 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 %

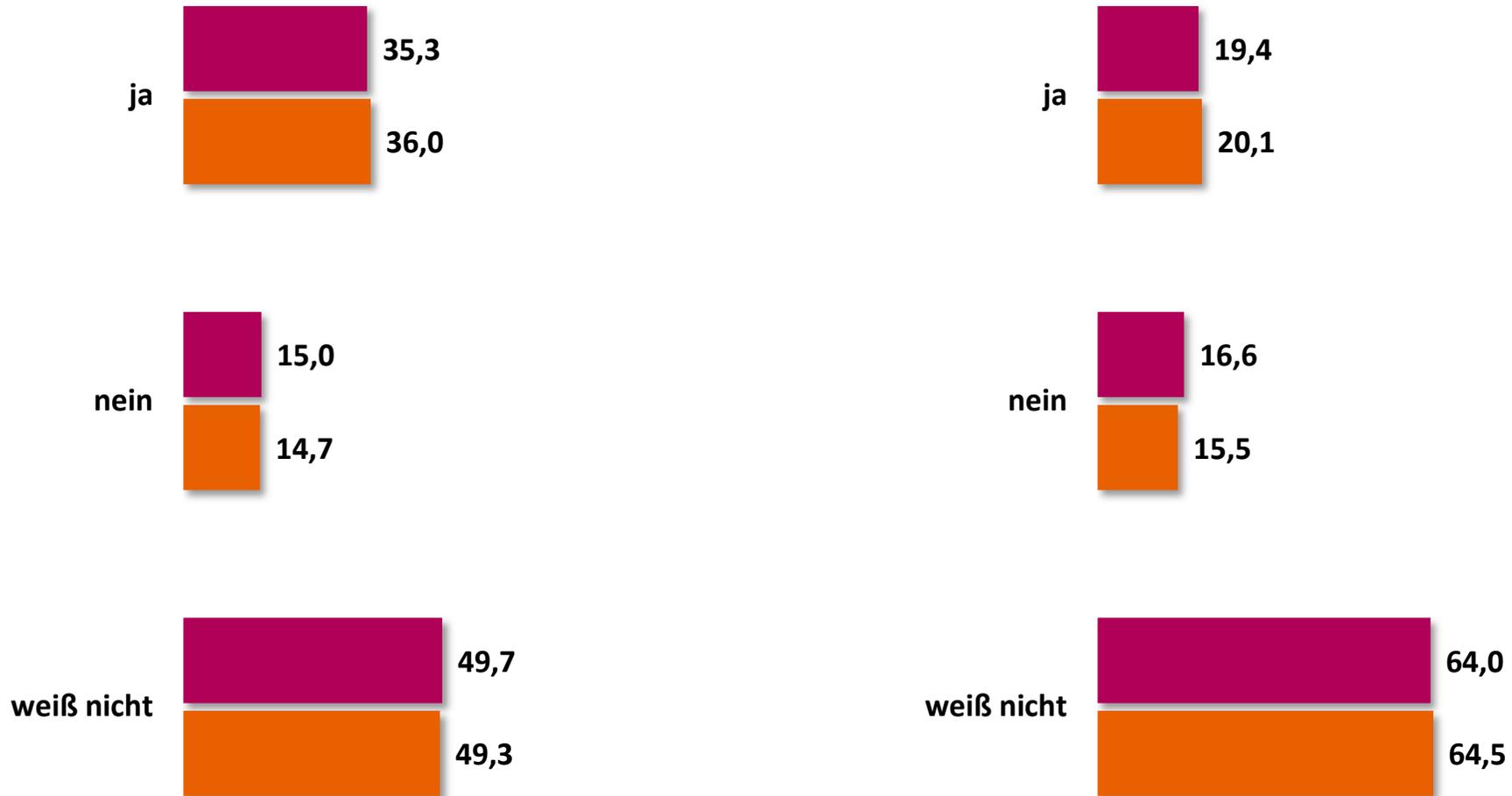
# Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität – Differenziert nach Interesse



Frage 11: 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

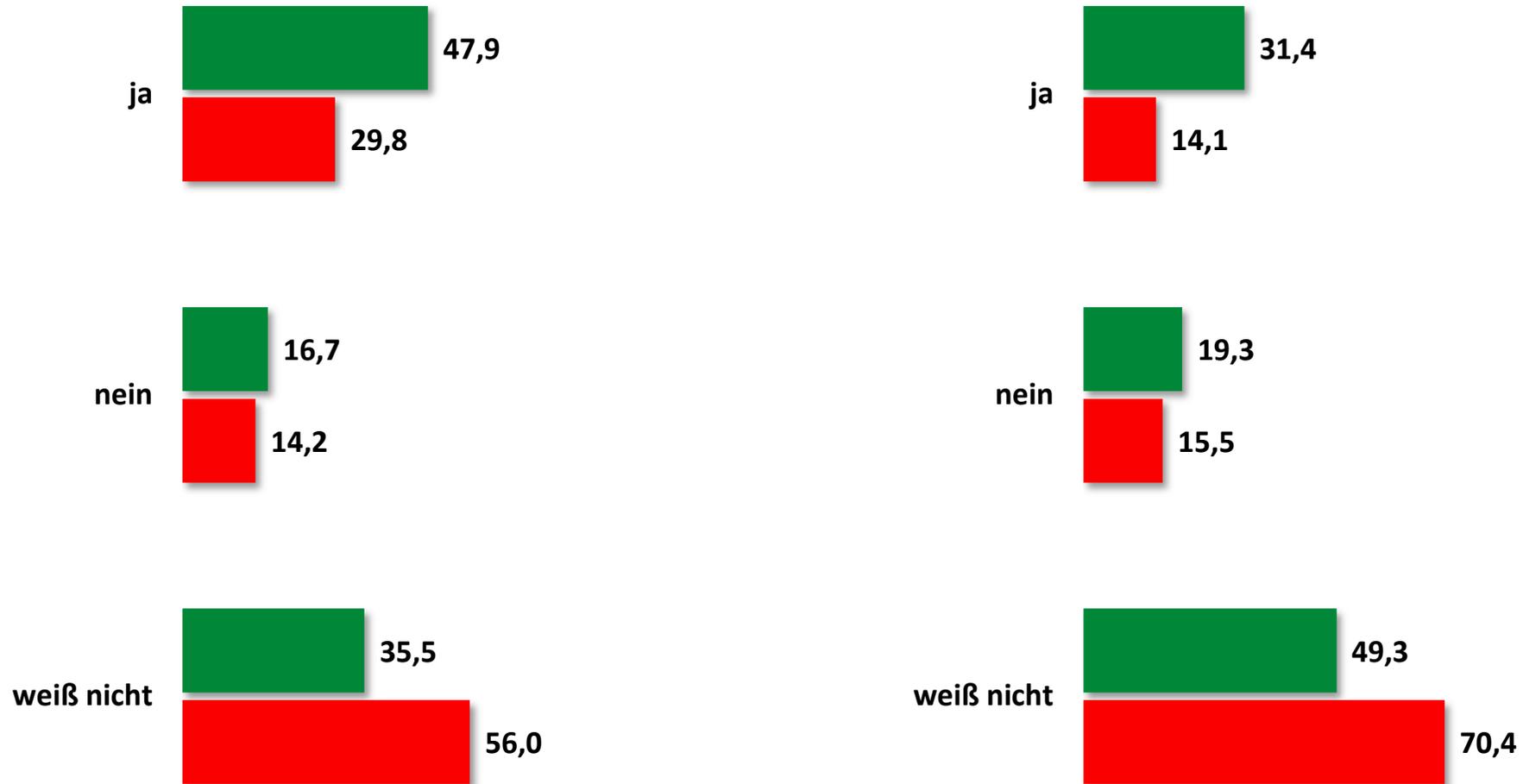


Frage 11.1: Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

Frage 11.2: 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 11.1: Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

Frage 11.2: Hat Ihr Stromversorger Ladestationen für die eigene Garage - sogenannte Wall-Boxes - im Angebot?

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

## Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

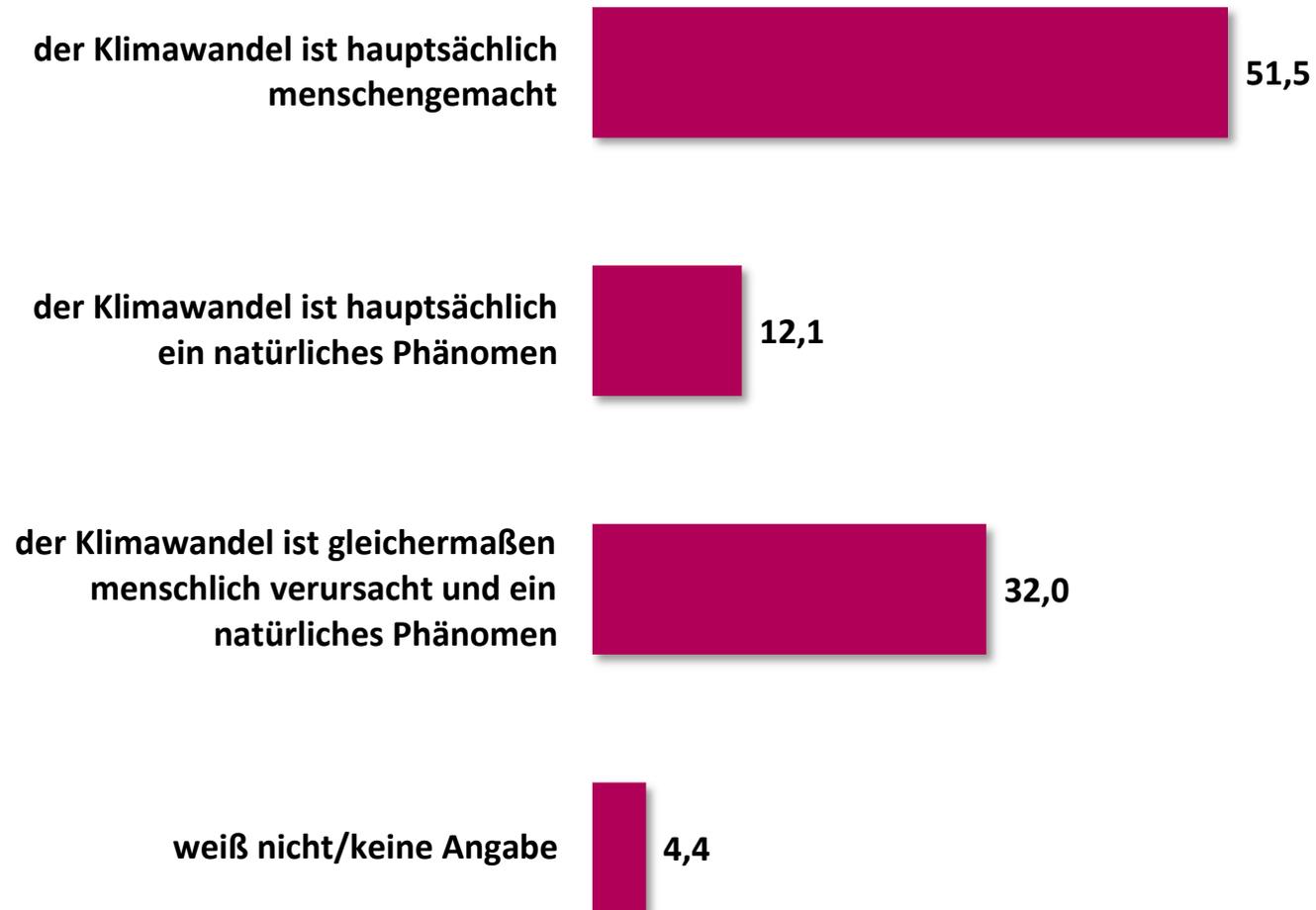
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

## Einstellung zum Klimawandel



Frage 12: Als erstes interessiert uns Ihre Einstellung zum Klimawandel. Welche der folgenden Aussagen trifft Ihrer Meinung nach zu?

Angaben in %

# Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Klimaschutz

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

32,0

**... investiert in fortschrittliche Projekte für den Klimaschutz**

10,1



39,8

**2020**

**2,4**

|                   |     |                           |     |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| Gesamt            | 2,4 | Discounter                | 2,3 |
| Big 4             | 2,5 | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,4 |
| reine Ökoanbieter | 1,7 | Regionalversorger         | 2,4 |

28,6

**... nimmt den Klimaschutz sehr ernst**

9,9



42,2

**2020**

**2,4**

|                   |     |                           |     |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| Gesamt            | 2,4 | Discounter                | 2,2 |
| Big 4             | 2,5 | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,3 |
| reine Ökoanbieter | 1,8 | Regionalversorger         | 2,3 |

29,9

**... engagiert sich für den Klimaschutz**

12,7



38,4

**2020**

**2,5**

|                   |     |                           |     |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| Gesamt            | 2,5 | Discounter                | 2,5 |
| Big 4             | 2,6 | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,4 |
| reine Ökoanbieter | 1,6 | Regionalversorger         | 2,4 |

31,9

**... handelt als Energieversorger im Klimaschutz vorbildlich**

12,2



34,8

**2020**

**2,5**

|                   |     |                           |     |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| Gesamt            | 2,5 | Discounter                | 2,2 |
| Big 4             | 2,7 | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,6 |
| reine Ökoanbieter | 1,9 | Regionalversorger         | 2,5 |

Frage 13: Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zu Ihrem Stromversorger auf einer Skala von 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.  
Mein Stromversorger ...

Angaben in %

# Angebot von Ökostrom

ja, neben anderen Tarifen auch Ökostrom

55,3

ja, ausschließlich Ökostrom

10,7

nein

6,7

weiß nicht

27,3

Basis für die  
Folgefragen:  
n = 686

Frage 14: Bietet Ihr Stromversorger neben anderen Tarifen auch einen Ökostrom-Tarif an oder bietet er ausschließlich Ökostrom an?

Angaben in %

# Qualität des Angebots von Ökostrom

## Gründe für die Beurteilung

besser



17,7

1. günstiger Tarif für Ökostrom
2. arbeitet ökologisch/nachhaltig
3. guter Anbieter/Zufriedenheit

n = 122

genauso gut



53,7

1. keine Unterschiede
2. alle bieten entsprechende Tarife an
3. Preise wie bei anderen Wettbewerbern

n = 368

schlechter



5,6

1. anderer Anbieter sind besser/aktiver
2. hoher Preis für Ökostrom
3. Herkunft des Stroms nicht transparent

n = 38

weiß nicht

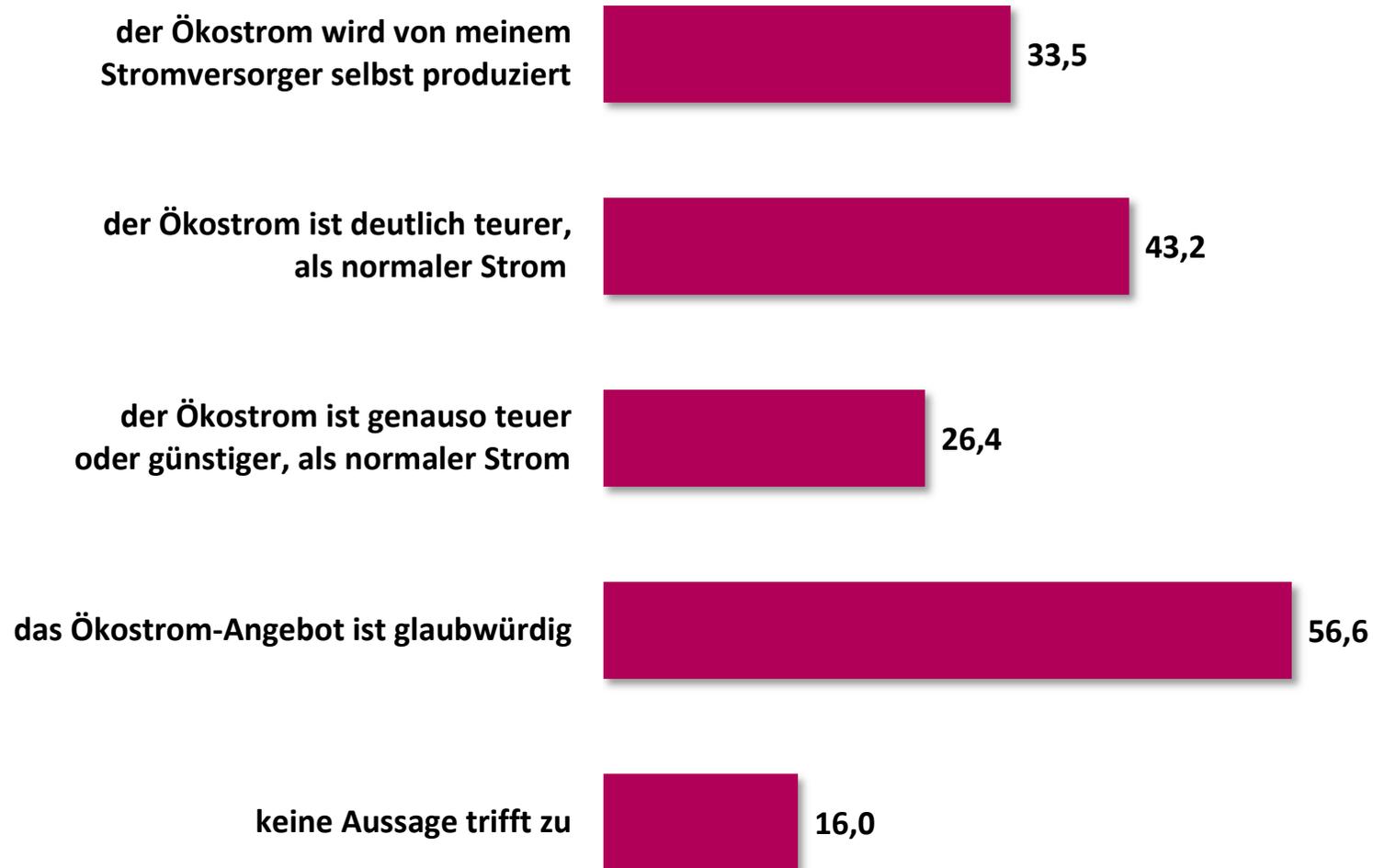


23,0

Frage 15: Wie beurteilen Sie die Qualität des Ökostromangebotes Ihres Stromversorgers im Vergleich zu Ökostromangeboten anderer Versorger?  
Ist das Angebot Ihres Versorgers ...

Angaben in %

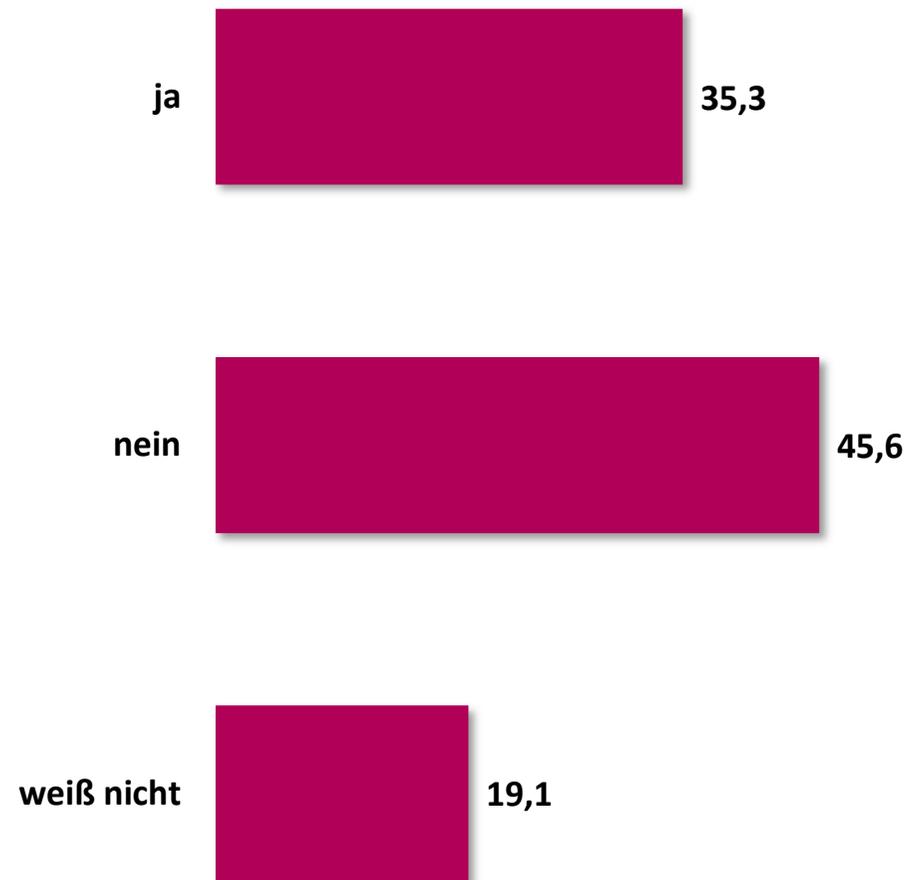
## Aussagen zum Angebot von Ökostrom



Frage 17: Im Folgenden nenne ich Ihnen noch einmal einige Aussagen zum Ökostromangebot Ihres Stromversorgers. Bitte sagen Sie mir, welche der Aussagen zutreffen und welche nicht. - Anteile "trifft zu"

Angaben in %

## Akzeptanz höherer Stromkosten für den Klimaschutz

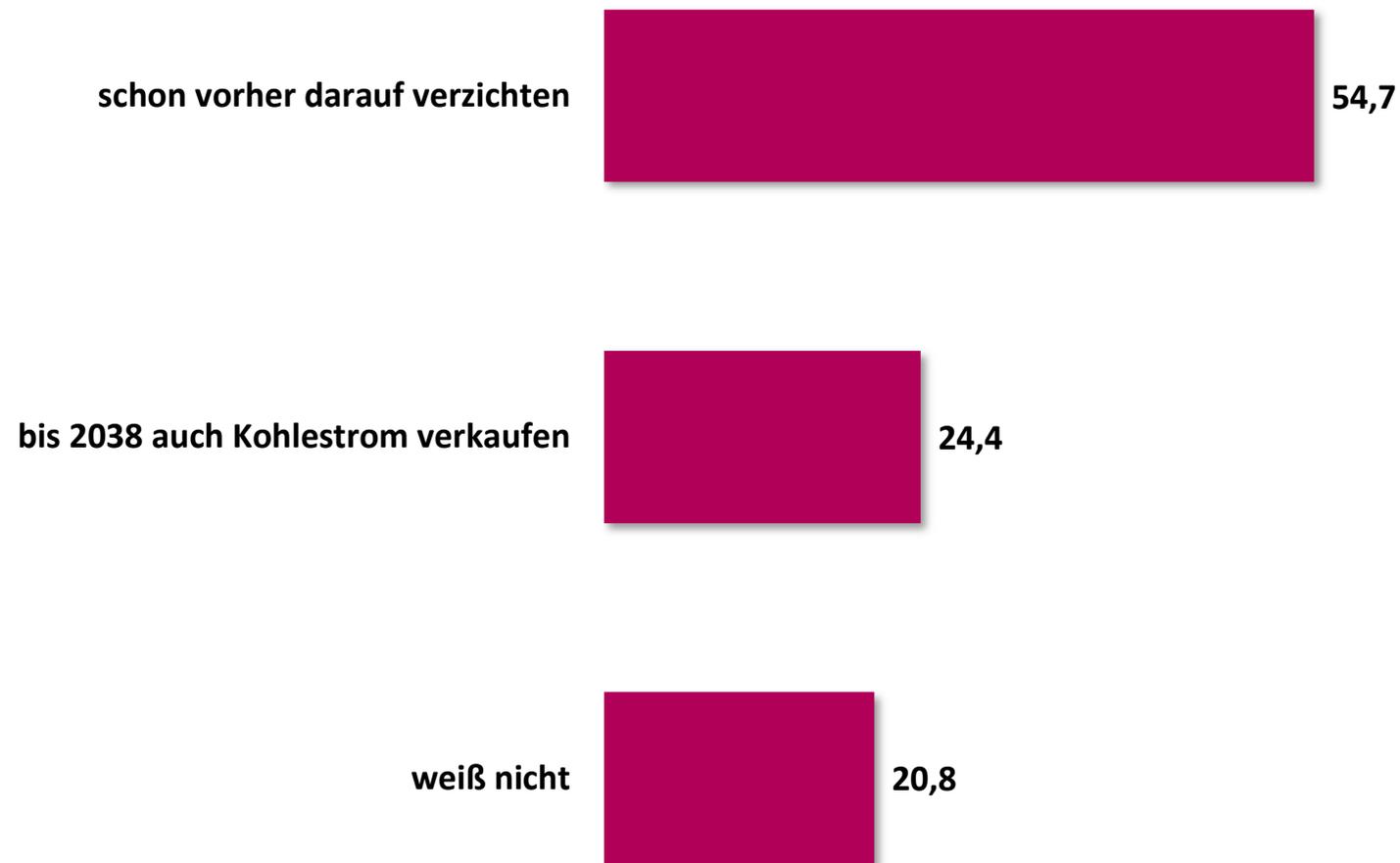


Nur Befragte, die noch keinen Ökostromtarif haben

Frage 18: Wären Sie bereit, die aus der klimafreundlicheren Stromerzeugung resultierenden etwas höheren Stromkosten zu bezahlen?

Angaben in %

## Verzicht auf Kohleverstromung



Frage 19: Sollten Energieversorger bereits vor dem beschlossenen Kohleausstieg im Jahr 2038 auf den Verkauf von Kohlestrom verzichten und nur noch Ökostrom verkaufen?

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

## Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

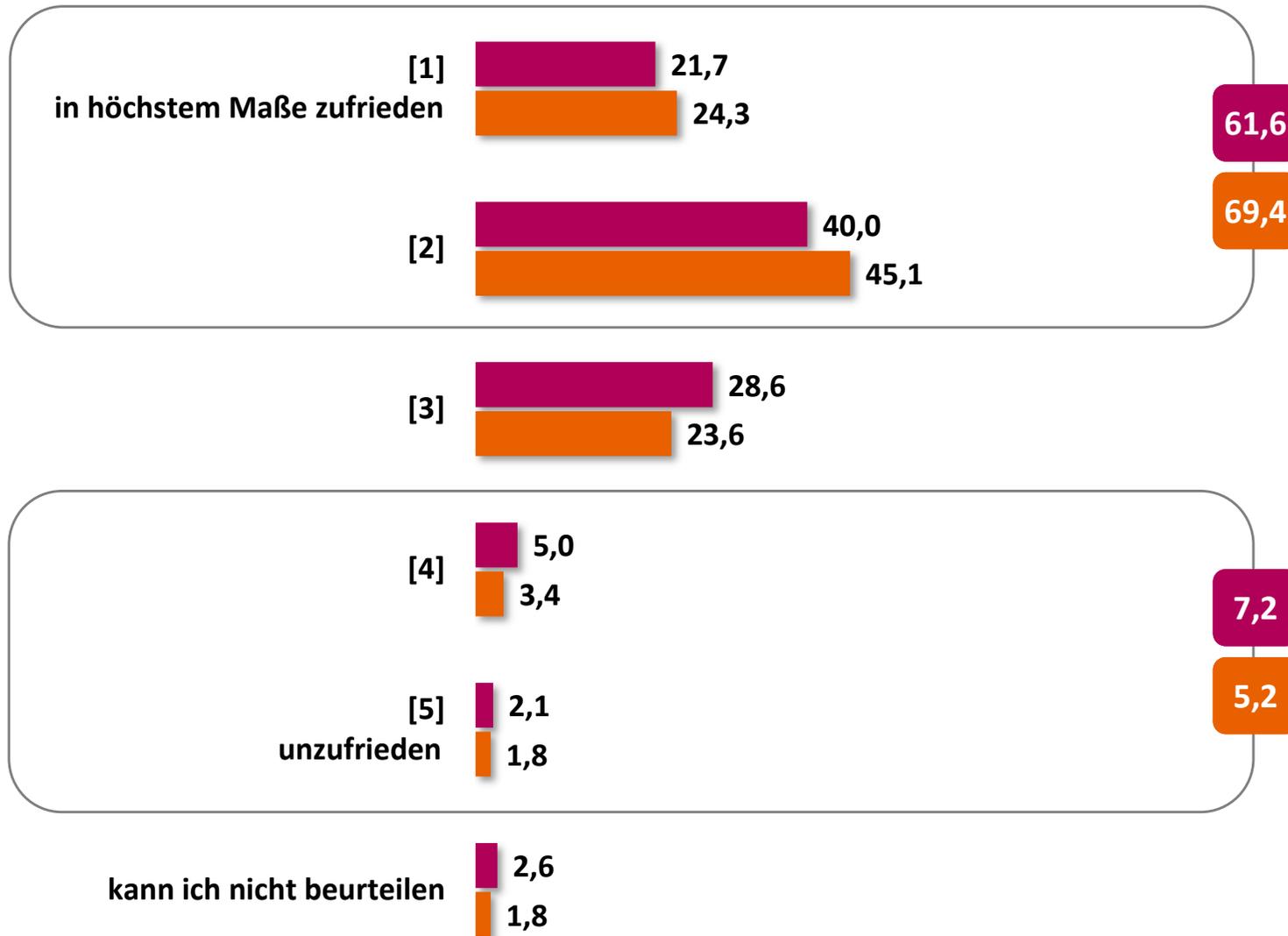
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

# A'priori-Gesamtzufriedenheit



| Bundesbenchmark           |     |
|---------------------------|-----|
| Gesamt                    | 2,2 |
| Big 4                     | 2,3 |
| reine Ökoanbieter         | 2,2 |
| Discounter                | 1,9 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 2,3 |
| 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“

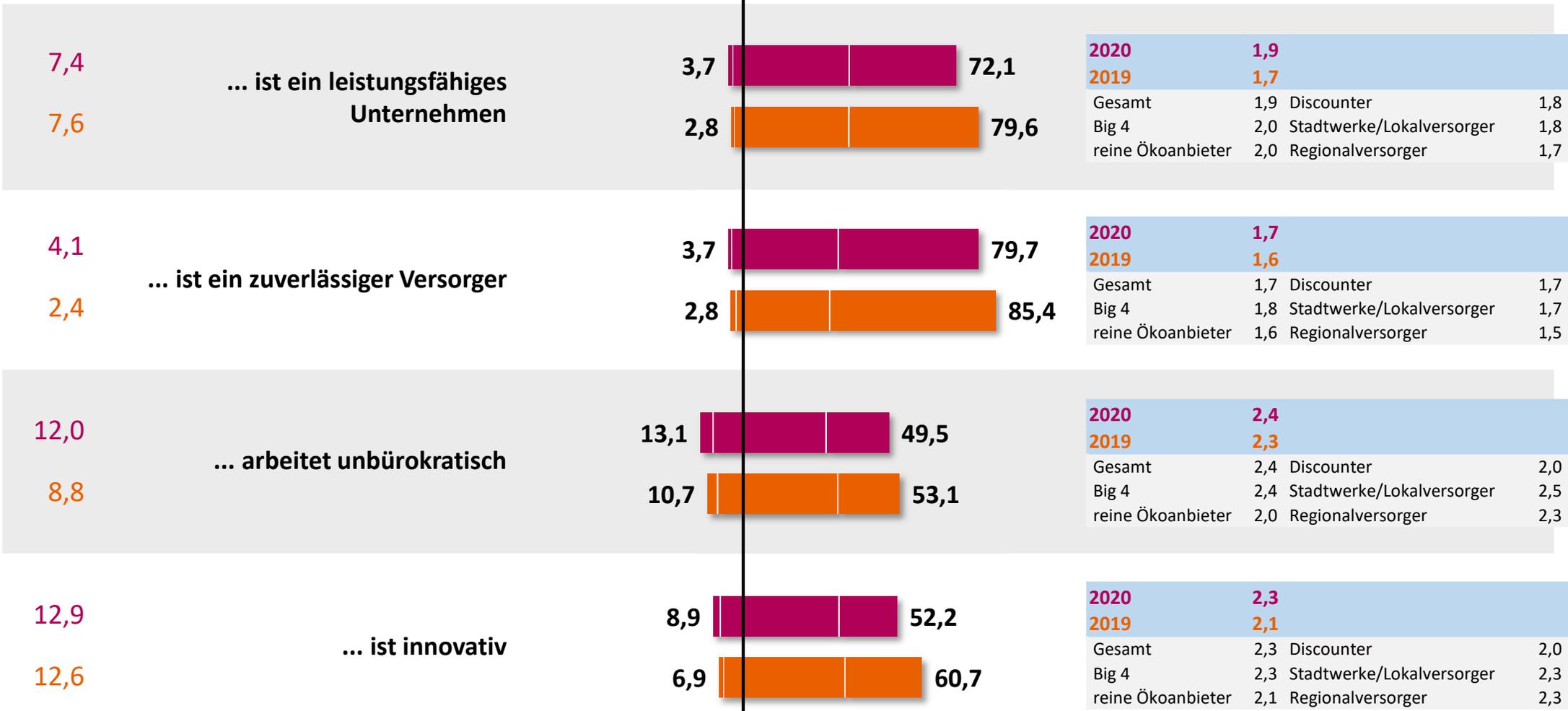
### Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

### Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

### Mittelwerte/Benchmarks



Frage 9: 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**

30,9

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

28,5

11,9



36,2

9,1



42,1

**2020**

**2,5**

**2019**

**2,4**

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

7,0

**... ist kundenfreundlich**

4,4

7,4



65,1

5,8



72,2

**2020**

**2,1**

**2019**

**2,0**

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

7,8

**... ist serviceorientiert**

5,9

8,5



60,4

6,5



67,8

**2020**

**2,2**

**2019**

**2,1**

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

Frage 9: 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**

22,2

22,8

**... arbeitet ökologisch verantwortungsvoll**

7,9

4,5

47,2

52,1

**2020**

**2019**

**2,3**

**2,2**

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

17,6

16,6

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

9,3

6,4

48,0

51,3

**2020**

**2019**

**2,3**

**2,3**

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

8,0

5,4

**... ist sympathisch**

9,0

6,3

57,2

66,5

**2020**

**2019**

**2,2**

**2,1**

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

Frage 9: 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**

7,1

**... ist vertrauenswürdig**

5,7

8,6

5,2

62,8

72,4

**2020**

**2,1**

**2019**

**2,0**

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

7,2

**... spricht mich persönlich an**

5,1

13,7

10,8

51,6

59,0

**2020**

**2,4**

**2019**

**2,3**

|                   |     |                           |     |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| Gesamt            | 2,4 | Discounter                | 2,2 |
| Big 4             | 2,4 | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,5 |
| reine Ökoanbieter | 2,0 | Regionalversorger         | 2,3 |

4,9

**... hat angemessene Preise**

3,9

13,2

9,2

52,6

59,0

**2020**

**2,4**

**2019**

**2,3**

|                   |     |                           |     |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| Gesamt            | 2,4 | Discounter                | 1,8 |
| Big 4             | 2,5 | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,6 |
| reine Ökoanbieter | 2,1 | Regionalversorger         | 2,2 |

Frage 9: 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

13,3

... ist wichtig für die Region

10,0

10,5 58,6

9,8 64,7

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,2</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,0</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,2        | Discounter                | 2,5 |
| Big 4             | 2,3        | Stadtwerke/Lokalversorger | 1,9 |
| reine Ökoanbieter | 2,0        | Regionalversorger         | 1,8 |

31,6

... fördert Bildung, Soziales, Kultur und Sport in der Region

29,1

11,6 36,8

12,7 39,8

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,5</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,5</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,5        | Discounter                | 2,7 |
| Big 4             | 2,7        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,2 |
| reine Ökoanbieter | 2,8        | Regionalversorger         | 2,3 |

25,6

... ist bei der Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien sehr aktiv

24,0

9,3 44,5

5,5 51,1

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,4</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,2</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,4        | Discounter                | 2,3 |
| Big 4             | 2,4        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,3 |
| reine Ökoanbieter | 1,8        | Regionalversorger         | 2,3 |

8,0

... hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

5,3

11,3 55,4

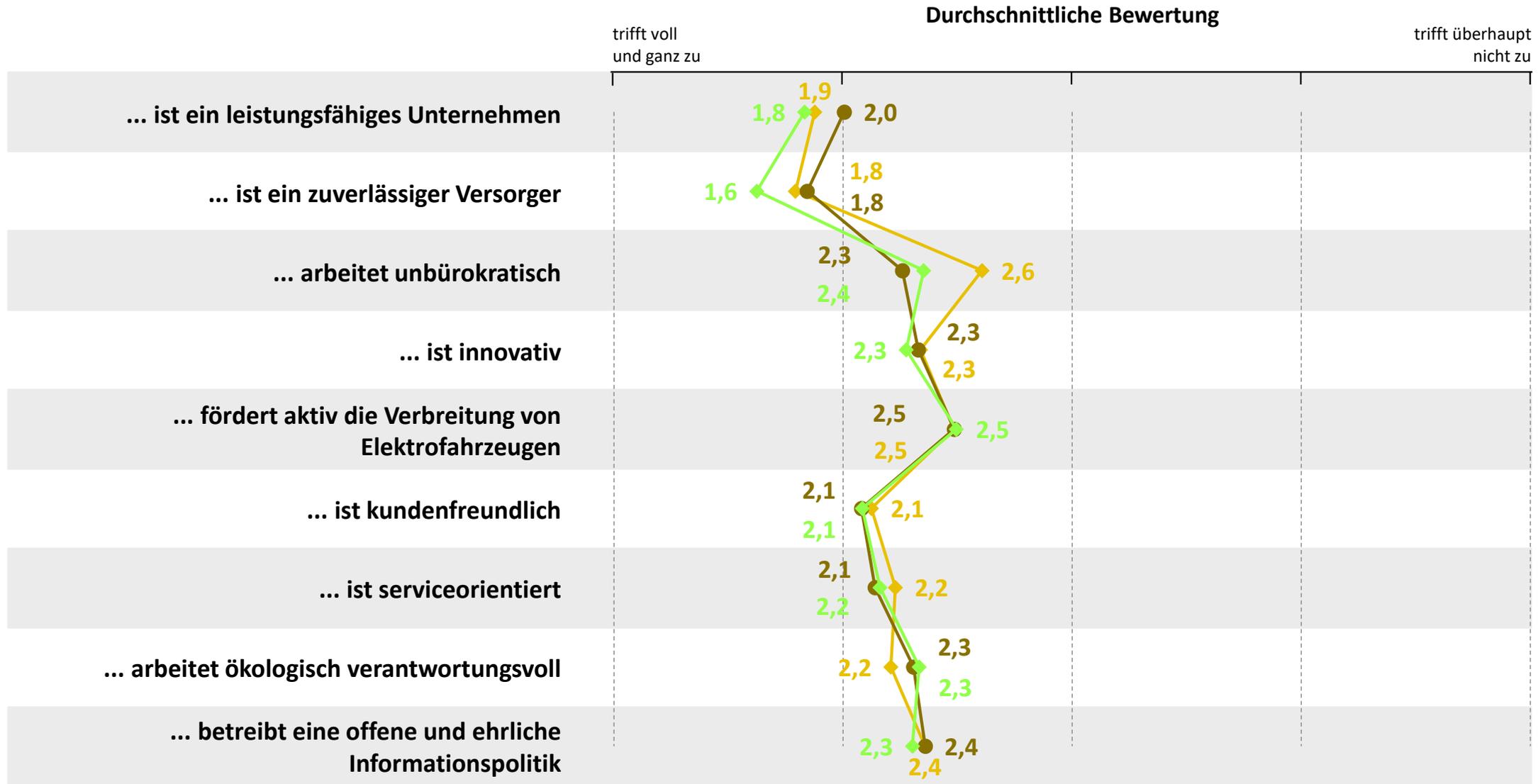
8,4 60,6

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,4</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,2</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,4        | Discounter                | 2,1 |
| Big 4             | 2,5        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,4 |
| reine Ökoanbieter | 2,0        | Regionalversorger         | 2,1 |

Frage 9: 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 %

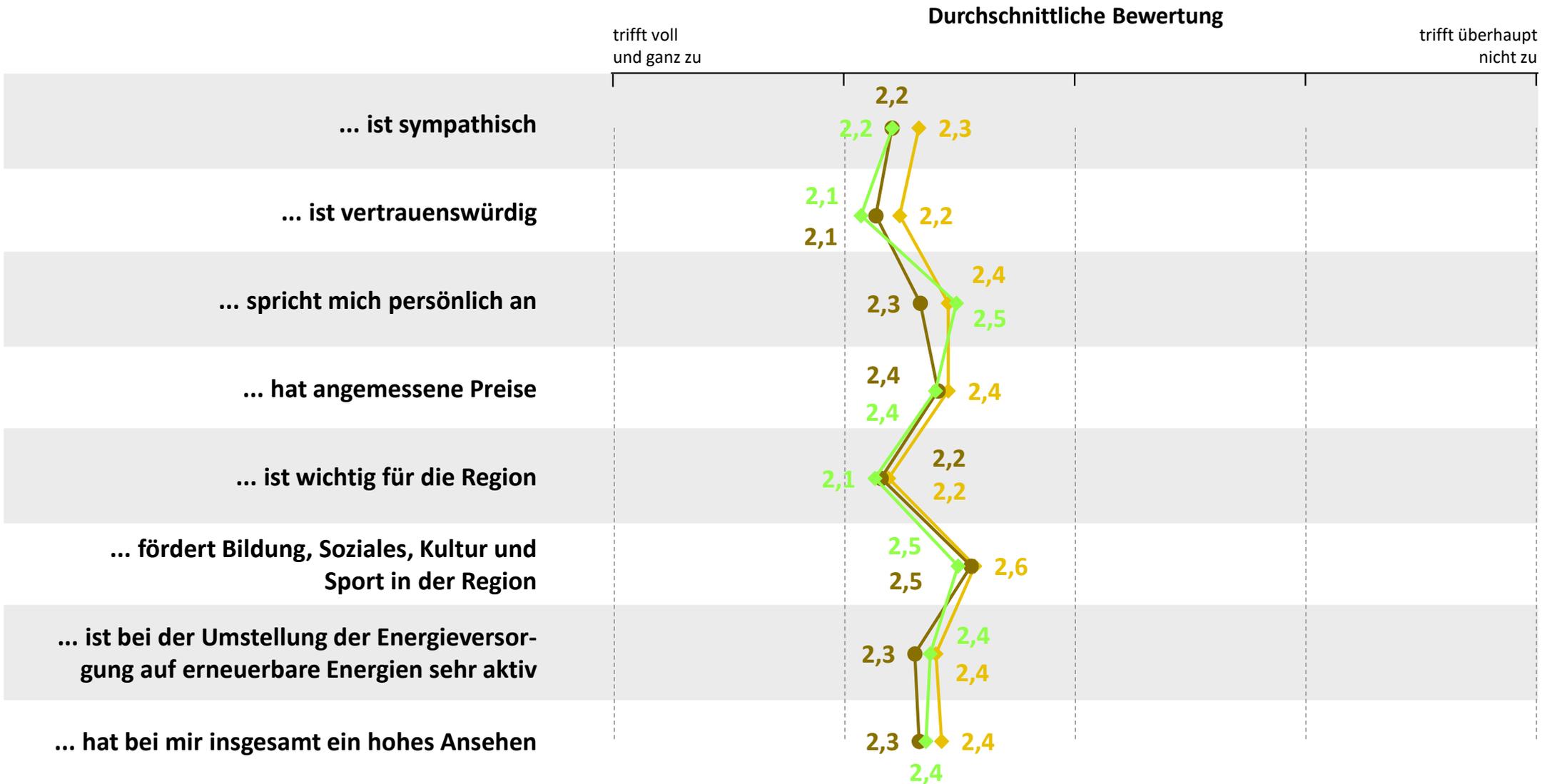
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 1/2



Frage 9: 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

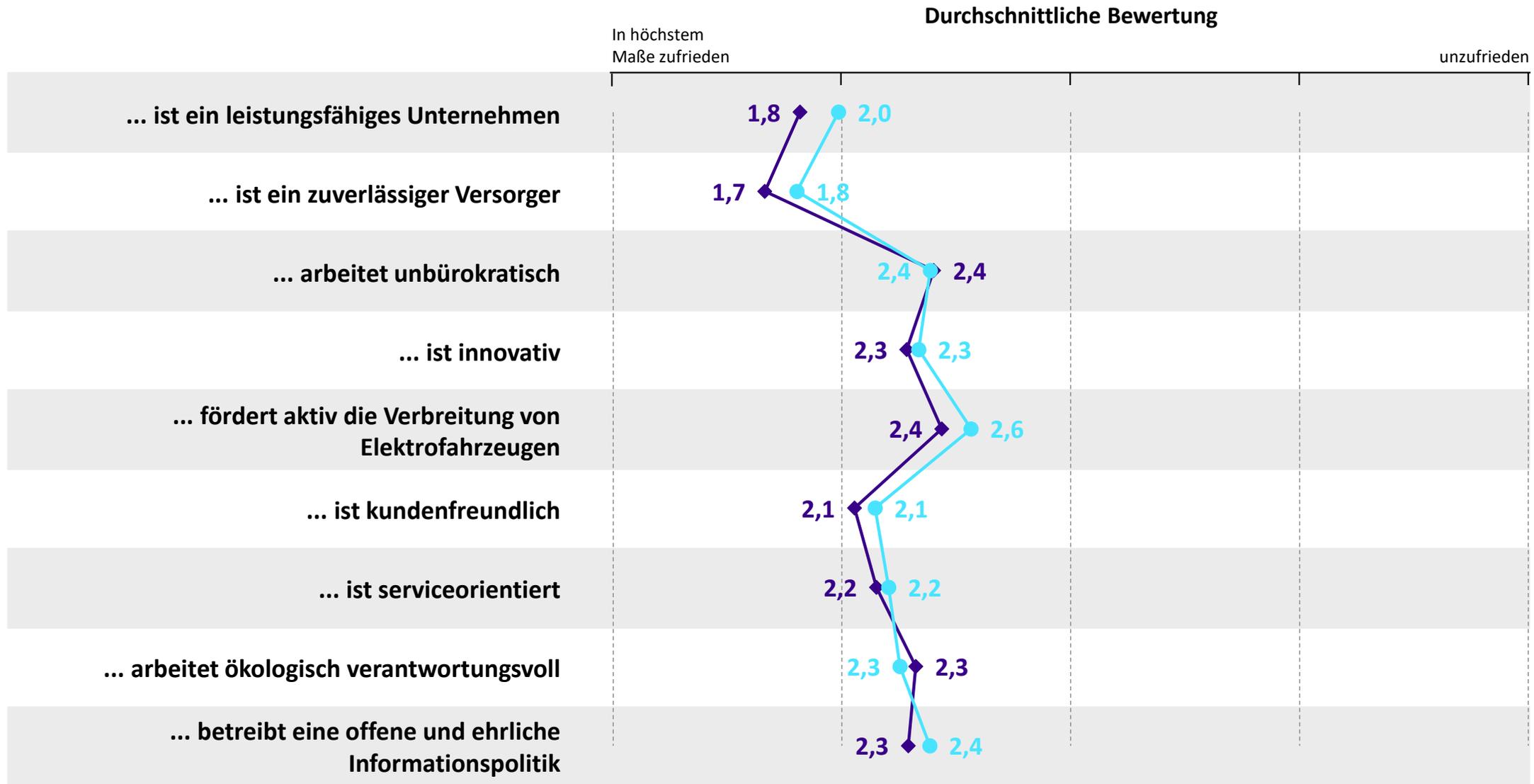
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 2/2



Frage 9: 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

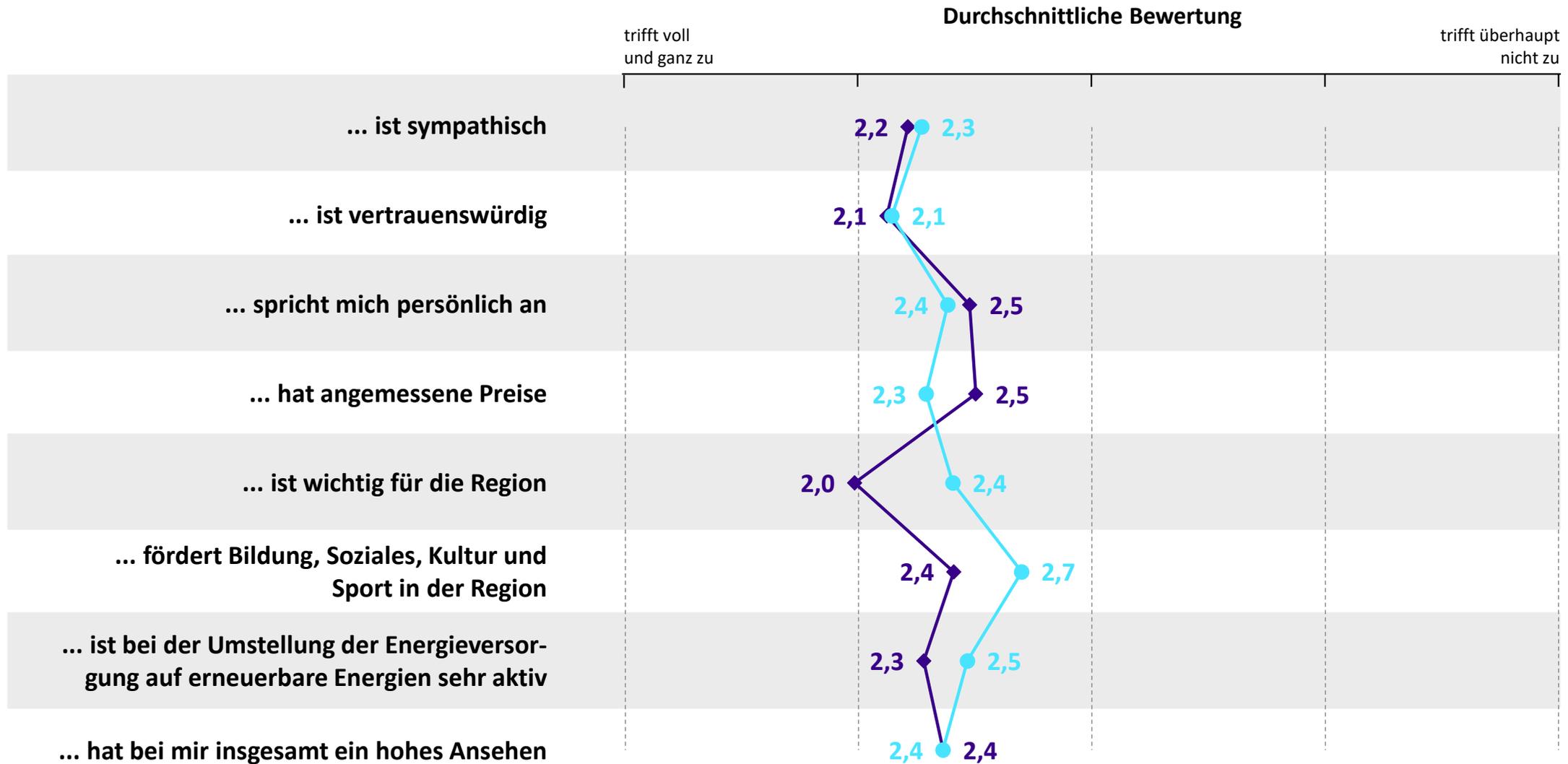
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel 1/2



Frage 9: 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

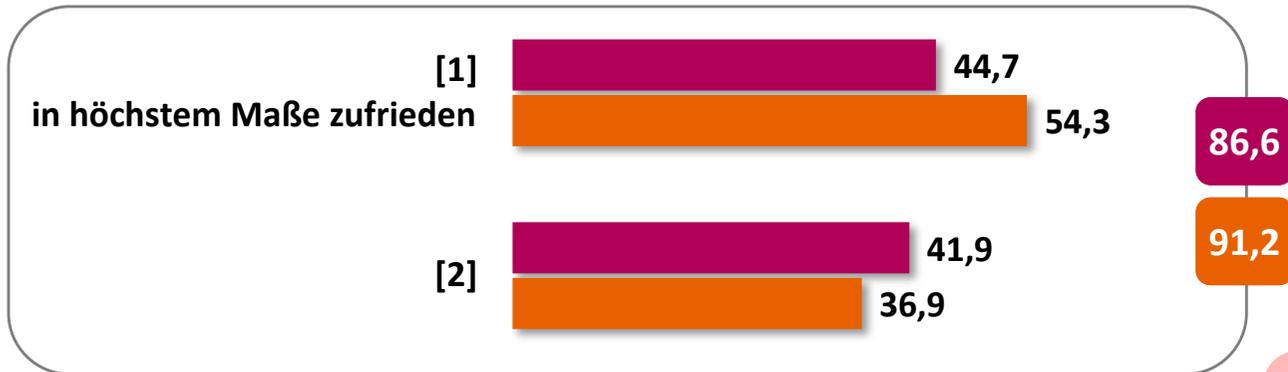


Frage 9: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

Durchschnittswerte

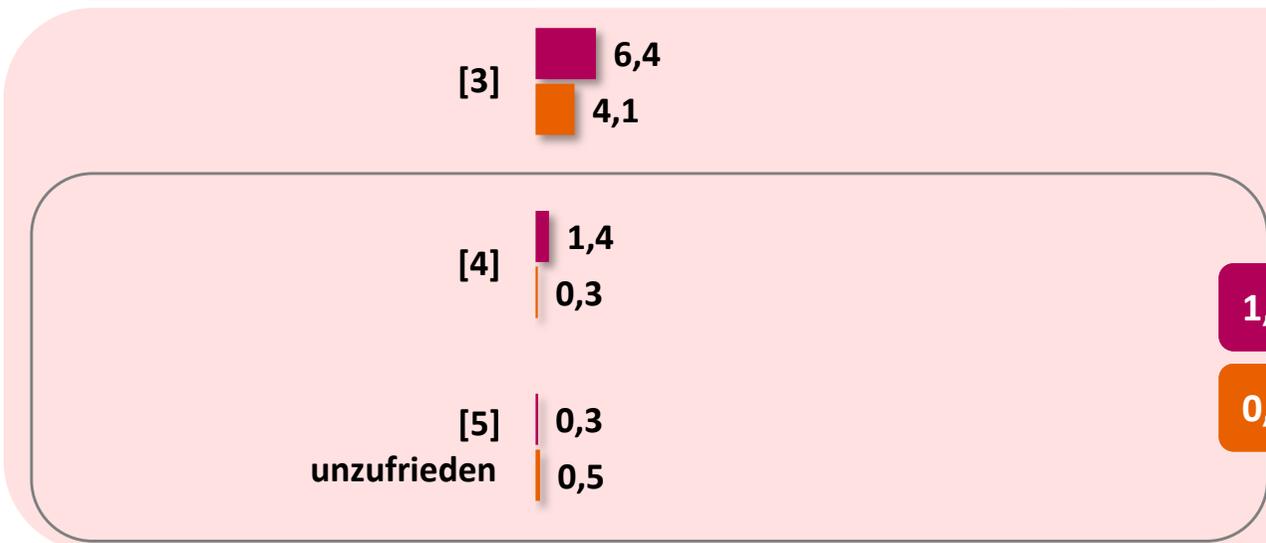
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz

| Bundesbenchmark           |     |
|---------------------------|-----|
| Gesamt                    | 1,6 |
| Big 4                     | 1,7 |
| reine Ökoanbieter         | 1,7 |
| Discounter                | 1,6 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 1,5 |
| Regionalversorger         | 1,5 |



86,6

91,2



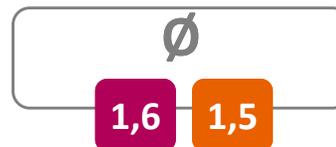
1,7

0,8

## Gründe für die Unzufriedenheit

1. generelle Unzufriedenheit
2. Störung/Stromausfall in der Vergangenheit
3. zu wenig Informationen über Herkunft des Stroms
4. Unsicher ob Versorgung auch in Zukunft zuverlässig erfolgt

n = 79



Frage 22: 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**

29,0 ... dem Informationsverhalten des Energieversorgers bei Störungen im Leitungsnetz  
32,9

7,0 44,4

5,0 46,7

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,3</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,2</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,3        | Discounter                | 1,9 |
| Big 4             | 2,4        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,1 |
| reine Ökoanbieter | 2,6        | Regionalversorger         | 2,1 |

30,8 ... der Geschwindigkeit der Störungsbehebung  
33,7

5,6 45,6

3,1 49,5

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,2</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,1</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,2        | Discounter                | 2,0 |
| Big 4             | 2,4        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,1 |
| reine Ökoanbieter | 2,2        | Regionalversorger         | 2,0 |

35,1 ... der Unterstützung des Energieversorgers bei Störungen in der Kundenanlage  
41,0

4,4 42,9

2,4 43,8

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,2</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>2,1</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,2        | Discounter                | 1,8 |
| Big 4             | 2,3        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,1 |
| reine Ökoanbieter | 2,5        | Regionalversorger         | 2,0 |

Frage 22: 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**

5,5

... der Verständlichkeit der Rechnung

3,9

4,8 **74,7**

3,7 **79,1**

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,0</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>1,9</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,0        | Discounter                | 1,9 |
| Big 4             | 2,0        | Stadtwerke/Lokalversorger | 1,9 |
| reine Ökoanbieter | 2,1        | Regionalversorger         | 1,9 |

7,5

... der Korrektheit der Rechnung

6,2

3,8 **77,4**

2,4 **83,8**

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>1,8</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>1,7</b> |                           |     |
| Gesamt            | 1,8        | Discounter                | 1,7 |
| Big 4             | 1,9        | Stadtwerke/Lokalversorger | 1,7 |
| reine Ökoanbieter | 1,8        | Regionalversorger         | 1,8 |

22,4

... dem Verhalten bei Nachfragen zur Rechnung

25,4

6,2 **55,1**

4,1 **58,2**

|                   |            |                           |     |
|-------------------|------------|---------------------------|-----|
| <b>2020</b>       | <b>2,1</b> |                           |     |
| <b>2019</b>       | <b>1,9</b> |                           |     |
| Gesamt            | 2,1        | Discounter                | 1,7 |
| Big 4             | 2,2        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,0 |
| reine Ökoanbieter | 2,4        | Regionalversorger         | 2,0 |

Frage 22: 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**

7,6

... der Transparenz der Preisgestaltung

7,8

61,1

5,4

5,9

64,6

**2020**

**2,2**

**2019**

**2,1**

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

13,7

... der Flexibilität bei der Vertragsgestaltung

12,0

51,9

11,7

9,0

54,9

**2020**

**2,3**

**2019**

**2,3**

|                   |     |                           |     |
|-------------------|-----|---------------------------|-----|
| Gesamt            | 2,3 | Discounter                | 2,0 |
| Big 4             | 2,4 | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,3 |
| reine Ökoanbieter | 2,5 | Regionalversorger         | 2,3 |

19,4

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

8,4

49,2

20,6

4,6

51,9

**2020**

**2,3**

**2019**

**2,2**

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

Frage 22: 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**

13,6

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

10,7

8,3

55,1

6,6

58,7

**2020**

**2,3**

**2019**

**2,2**

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

11,2

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

7,3

12,4

54,1

8,2

58,6

**2020**

**2,4**

**2019**

**2,3**

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

10,4

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

7,8

12,1

54,8

9,2

57,7

**2020**

**2,3**

**2019**

**2,3**

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

Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Erreichbarkeit & Termine

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

**Bottom-2-Boxes**

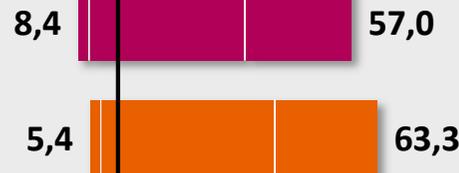
Note 5 | Note 4

**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

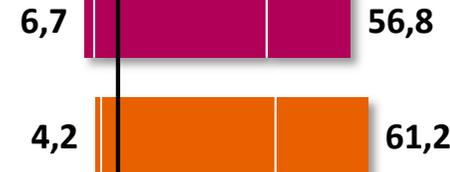
**Mittelwerte/Benchmarks**

17,2  
14,9  
**... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger**



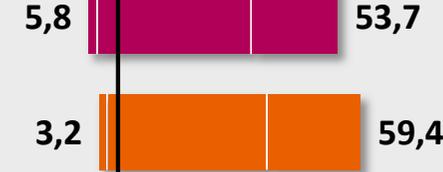
| Year              | Mittelwert | Benchmark                     |
|-------------------|------------|-------------------------------|
| 2020              | 2,1        |                               |
| 2019              | 2,1        |                               |
| Gesamt            | 2,1        | Discounter 2,0                |
| Big 4             | 2,2        | Stadtwerke/Lokalversorger 2,1 |
| reine Ökoanbieter | 1,9        | Regionalversorger 2,0         |

17,1  
12,6  
**... den Geschäftszeiten Ihres Energieversorgers**



| Year              | Mittelwert | Benchmark                     |
|-------------------|------------|-------------------------------|
| 2020              | 2,2        |                               |
| 2019              | 2,1        |                               |
| Gesamt            | 2,2        | Discounter 1,9                |
| Big 4             | 2,3        | Stadtwerke/Lokalversorger 2,1 |
| reine Ökoanbieter | 2,4        | Regionalversorger 2,0         |

25,8  
25,6  
**... der Einhaltung abgesprochener Termine**



| Year              | Mittelwert | Benchmark                     |
|-------------------|------------|-------------------------------|
| 2020              | 2,1        |                               |
| 2019              | 2,0        |                               |
| Gesamt            | 2,1        | Discounter 2,1                |
| Big 4             | 2,2        | Stadtwerke/Lokalversorger 2,0 |
| reine Ökoanbieter | 2,0        | Regionalversorger 1,9         |

Frage 22: 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**

14,5

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

11,6

5,1

64,8

3,4

71,4

**2020**

**2,0**

**2019**

**1,8**

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

17,9

... dem Einsatz der Mitarbeiter

14,5

7,3

58,8

5,4

64,9

**2020**

**2,1**

**2019**

**2,0**

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

32,2

... dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen

33,3

6,7

46,3

4,6

51,5

**2020**

**2,2**

**2019**

**2,1**

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

Frage 22: 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

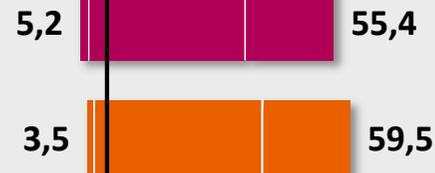
**Top-2-Boxes**

Note 2 | Note 1

**Mittelwerte/Benchmarks**

**21,1** ... der Verständlichkeit von Beratungsleistungen Ihres Energieversorgers

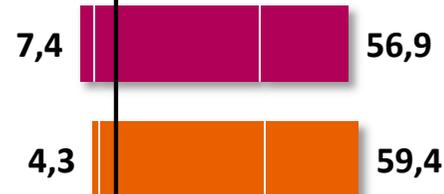
**20,1**



| Year              | Mittelwert | Benchmark                 | Benchmark Wert |
|-------------------|------------|---------------------------|----------------|
| 2020              | 2,1        |                           |                |
| 2019              | 2,1        |                           |                |
| Gesamt            | 2,1        | Discounter                | 2,0            |
| Big 4             | 2,2        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,1            |
| reine Ökoanbieter | 2,2        | Regionalversorger         | 2,0            |

**18,5** ... der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers allgemein

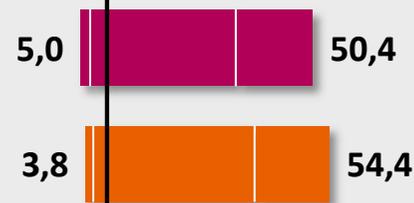
**18,3**



| Year              | Mittelwert | Benchmark                 | Benchmark Wert |
|-------------------|------------|---------------------------|----------------|
| 2020              | 2,2        |                           |                |
| 2019              | 2,1        |                           |                |
| Gesamt            | 2,2        | Discounter                | 2,0            |
| Big 4             | 2,2        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,1            |
| reine Ökoanbieter | 2,1        | Regionalversorger         | 2,0            |

**23,8** ... der Beratungskompetenz Ihres Energieversorgers bzgl. der Besonderheiten Ihrer Branche

**23,2**



| Year              | Mittelwert | Benchmark                 | Benchmark Wert |
|-------------------|------------|---------------------------|----------------|
| 2020              | 2,2        |                           |                |
| 2019              | 2,1        |                           |                |
| Gesamt            | 2,2        | Discounter                | 2,0            |
| Big 4             | 2,2        | Stadtwerke/Lokalversorger | 2,1            |
| reine Ökoanbieter | 2,1        | Regionalversorger         | 2,2            |

Frage 22: 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**

20,4

... dem Umfang des Beratungs- und Dienstleistungsangebotes

19,2

4,8

3,1

53,1

58,9

2020

2019

2,2

2,1

Gesamt

2,2

Discounter

1,9

Big 4

2,2

Stadtwerke/Lokalversorger

2,2

reine Ökoanbieter

2,3

Regionalversorger

2,1

22,3

... der Qualität des Beratungs- und Dienstleistungsangebot

18,8

5,1

3,1

54,0

60,4

2020

2019

2,1

2,1

Gesamt

2,1

Discounter

1,9

Big 4

2,2

Stadtwerke/Lokalversorger

2,2

reine Ökoanbieter

2,4

Regionalversorger

2,1

22,7

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

21,2

9,7

7,7

46,9

51,4

2020

2019

2,3

2,3

Gesamt

2,3

Discounter

2,2

Big 4

2,4

Stadtwerke/Lokalversorger

2,4

reine Ökoanbieter

2,4

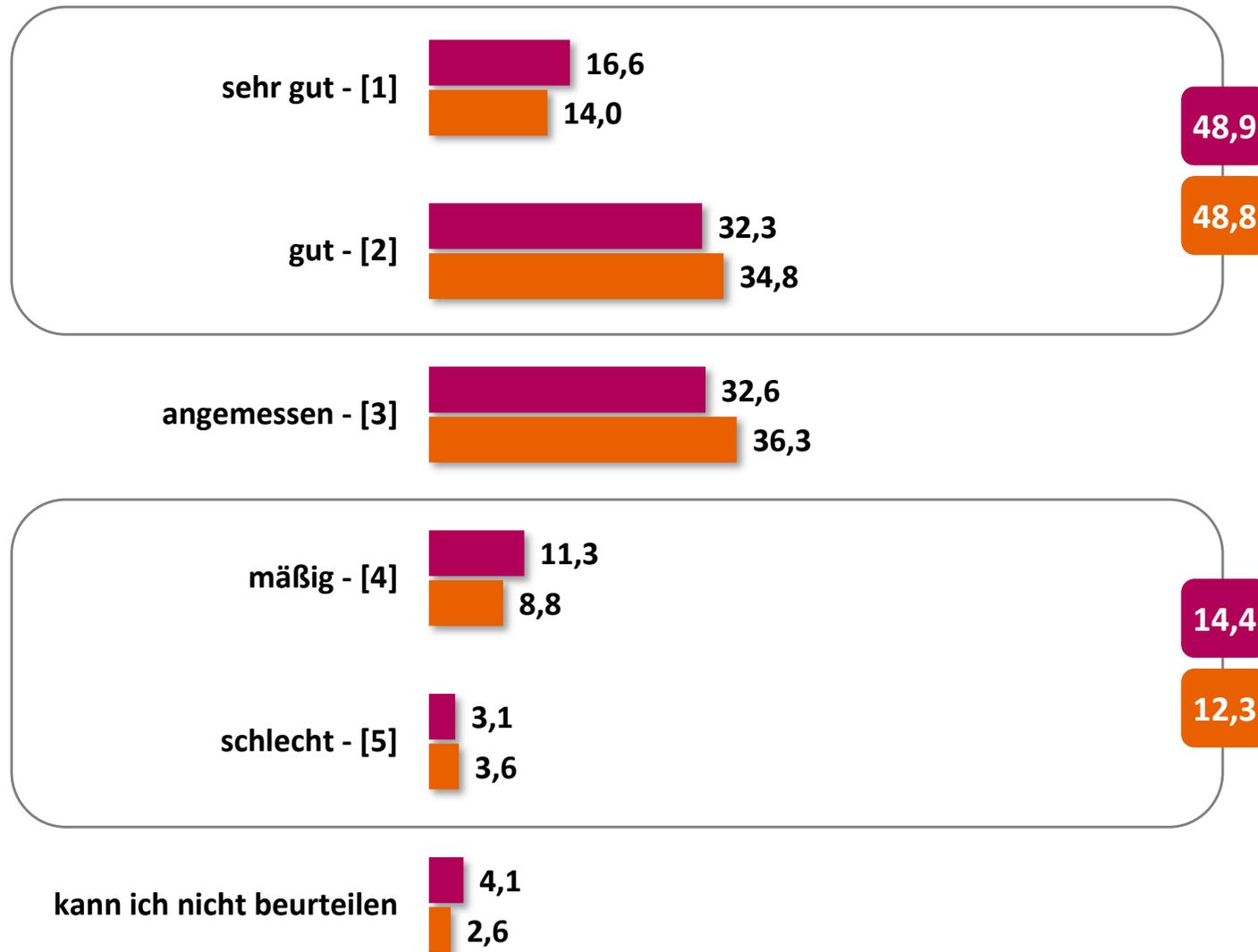
Regionalversorger

2,2

Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

# Preis-Leistungs-Verhältnis – Strom

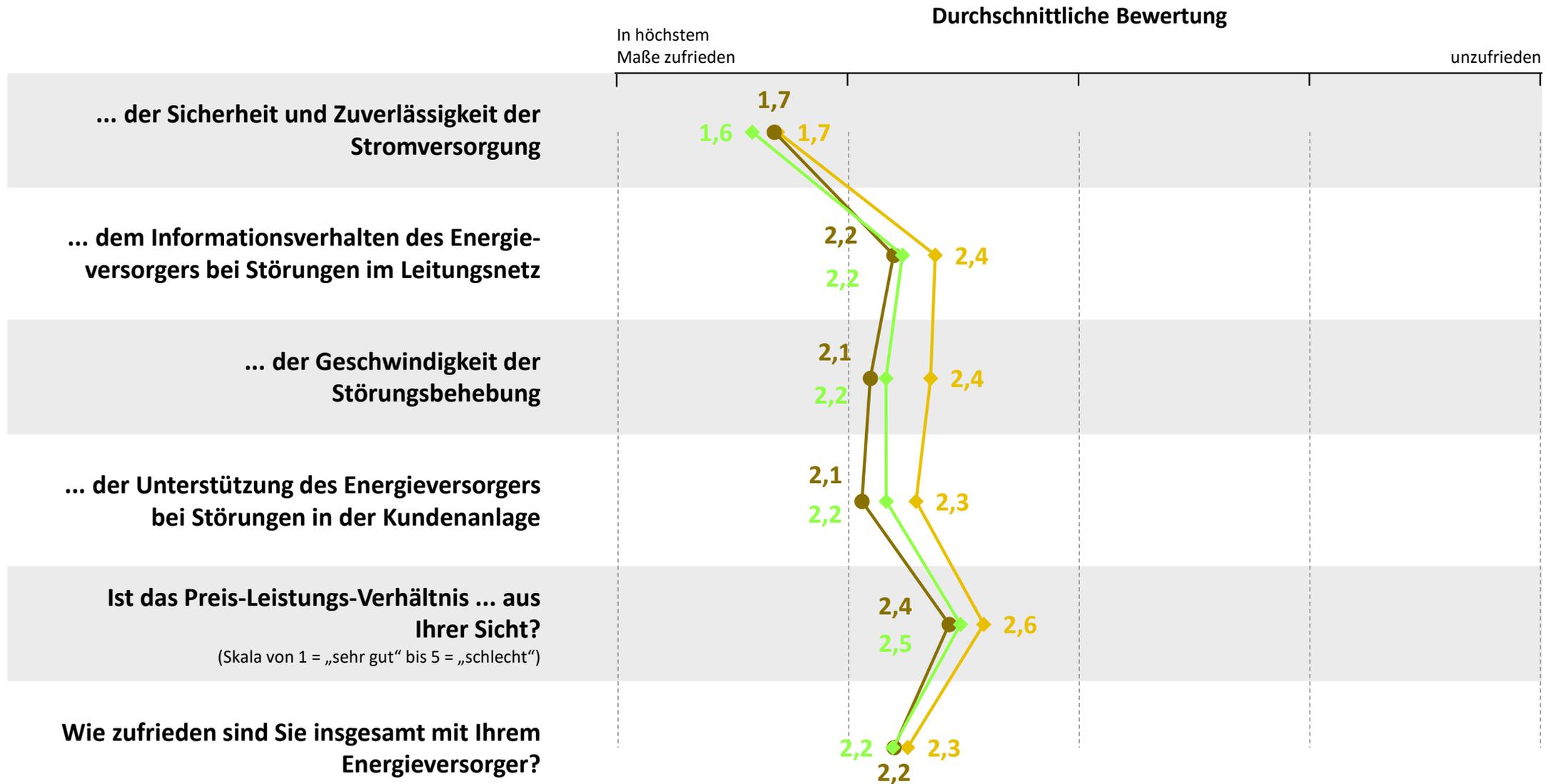


| Bundesbenchmark           |     |
|---------------------------|-----|
| Gesamt                    | 2,5 |
| Big 4                     | 2,6 |
| reine Ökoanbieter         | 2,2 |
| Discounter                | 2,2 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 2,6 |
| Regionalversorger         | 2,4 |

Frage 23: 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 %

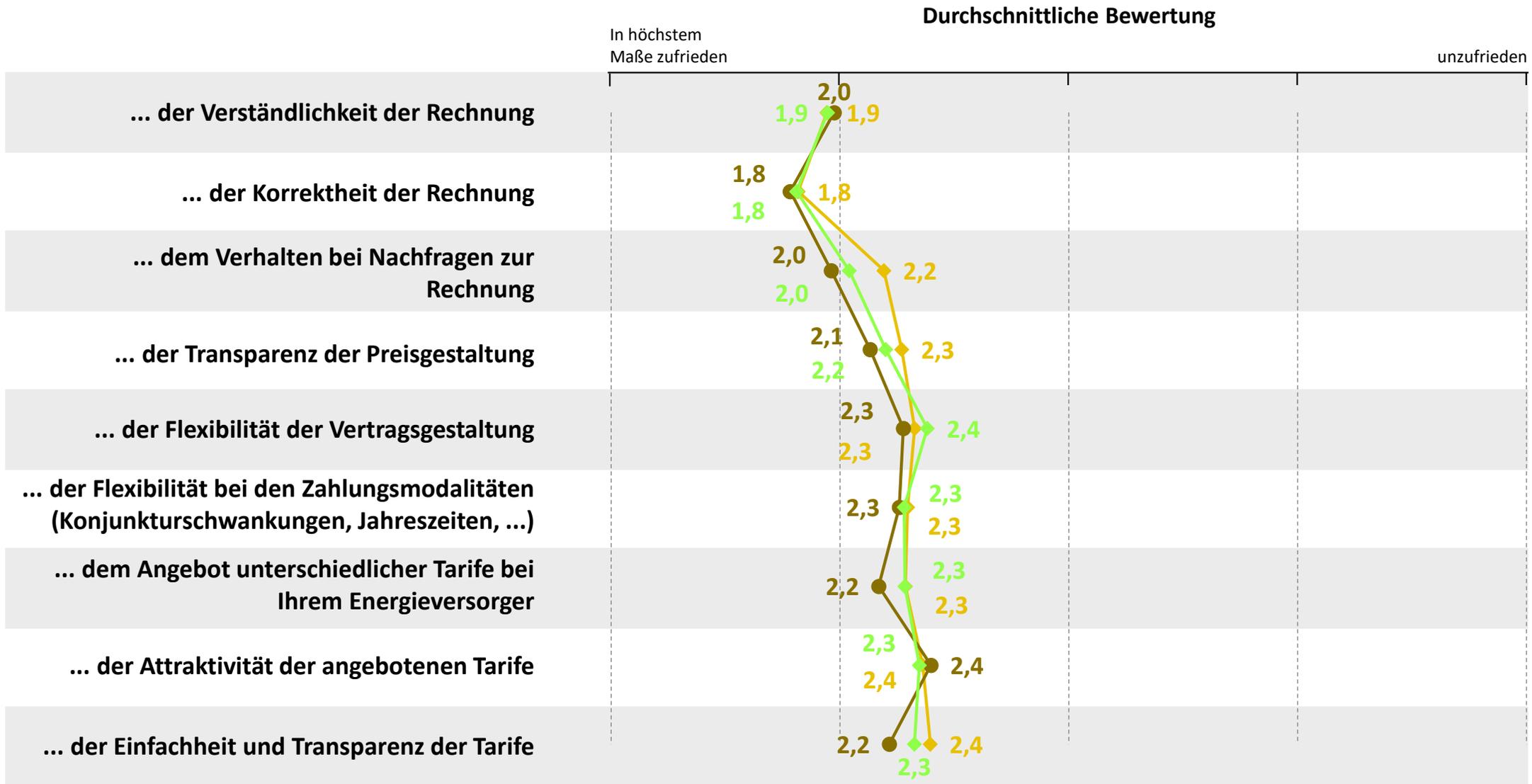
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 1/4



Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

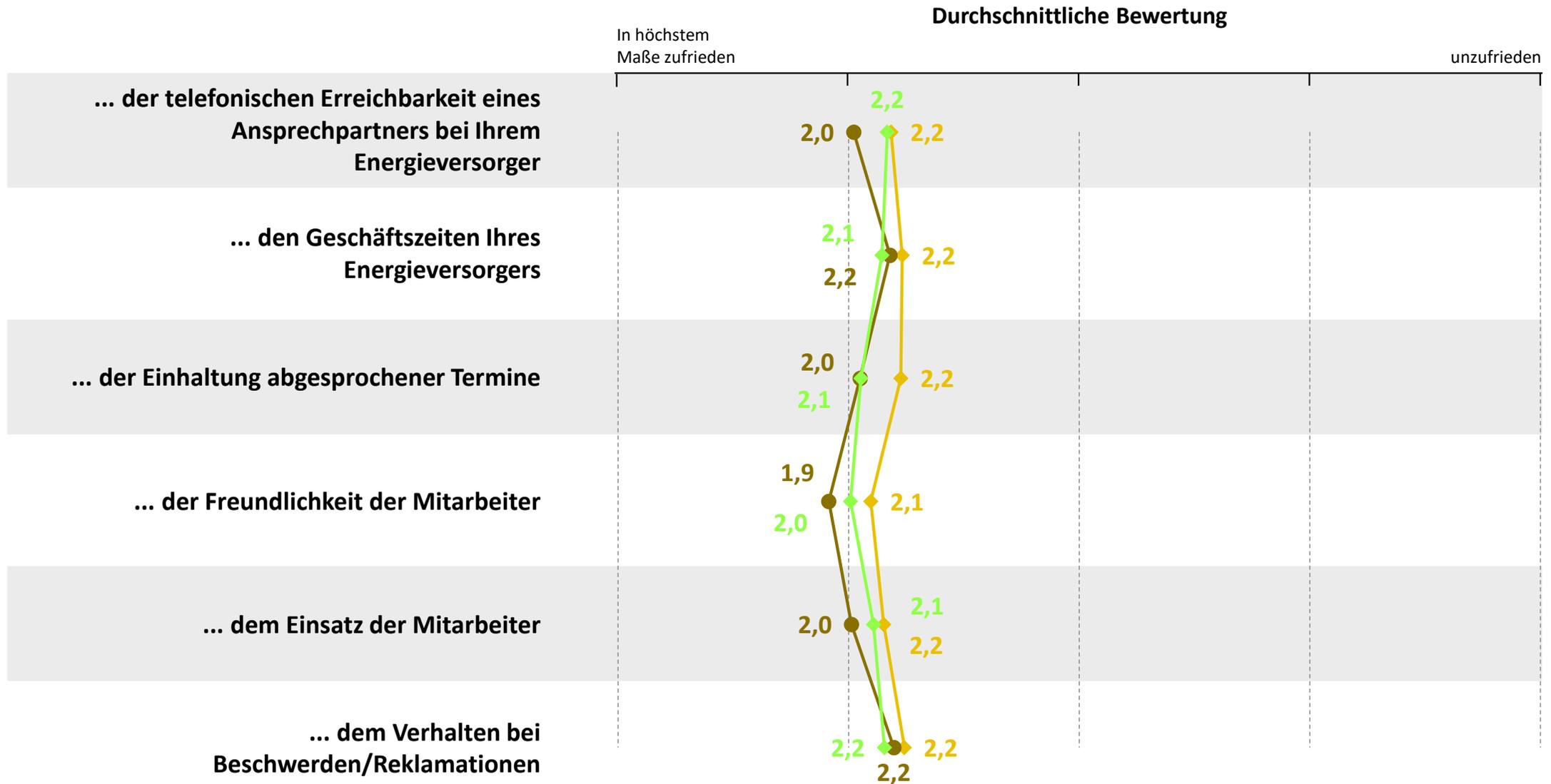
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 2/4



Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

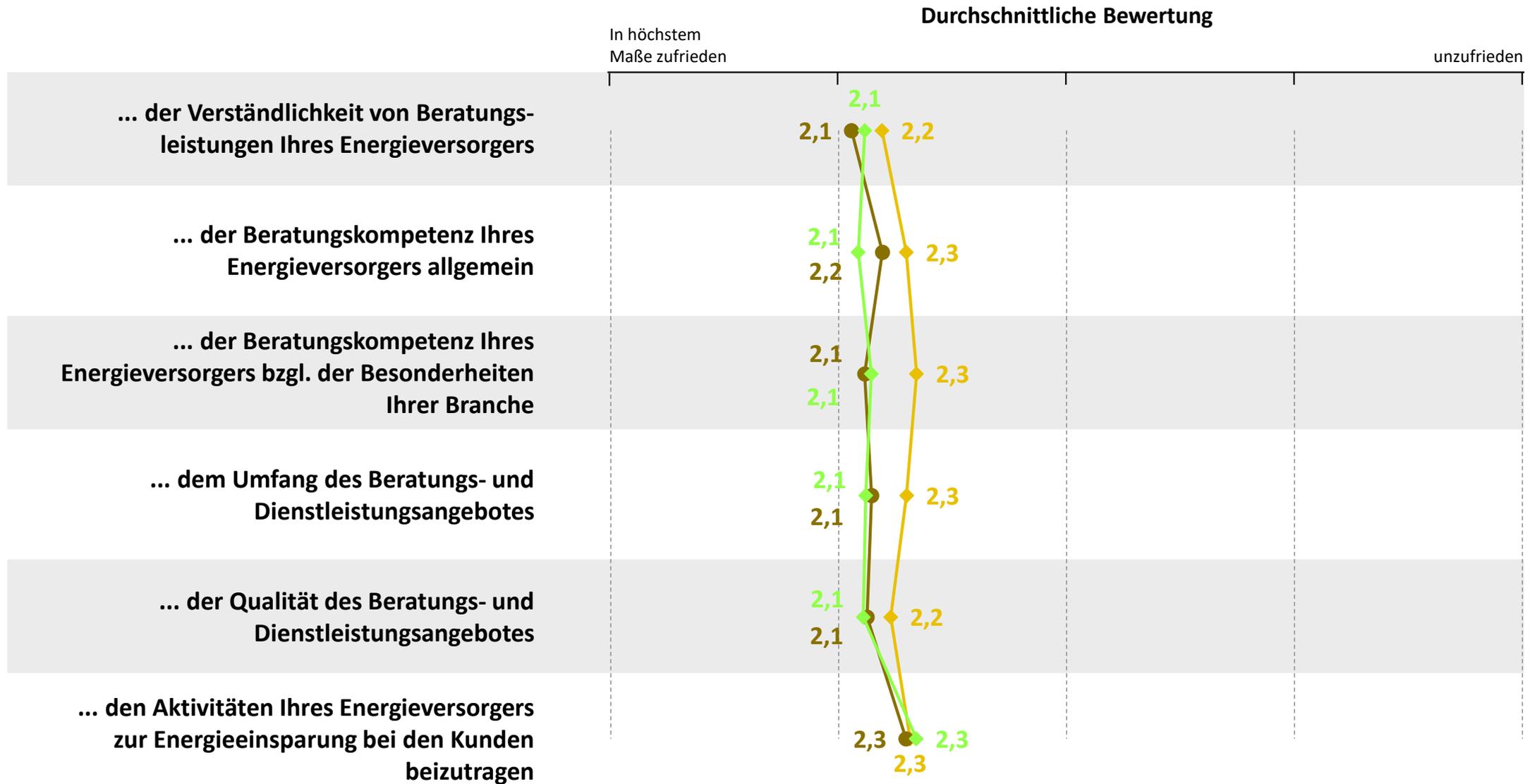
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 3/4



Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

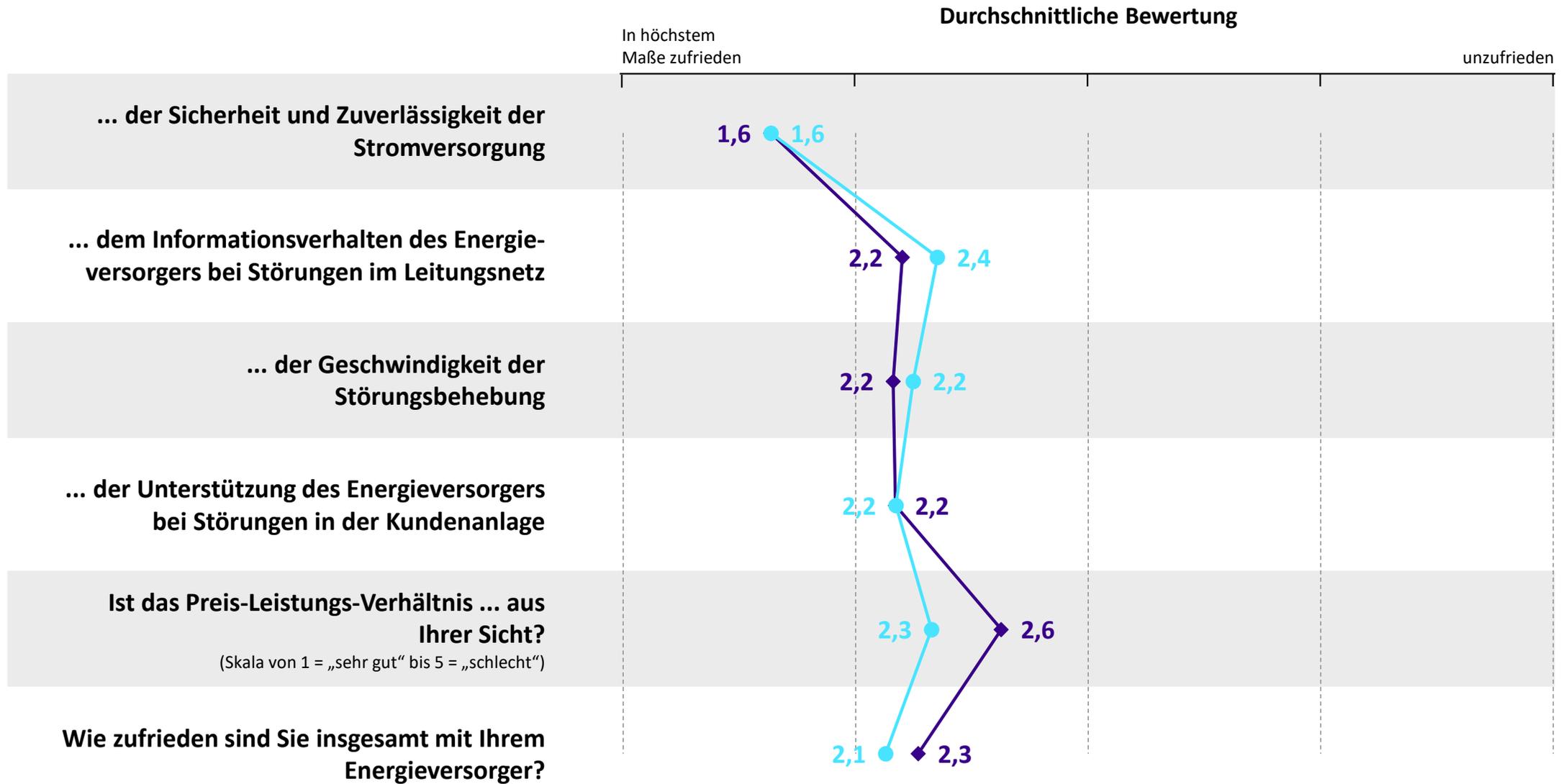
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 4/4



Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

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

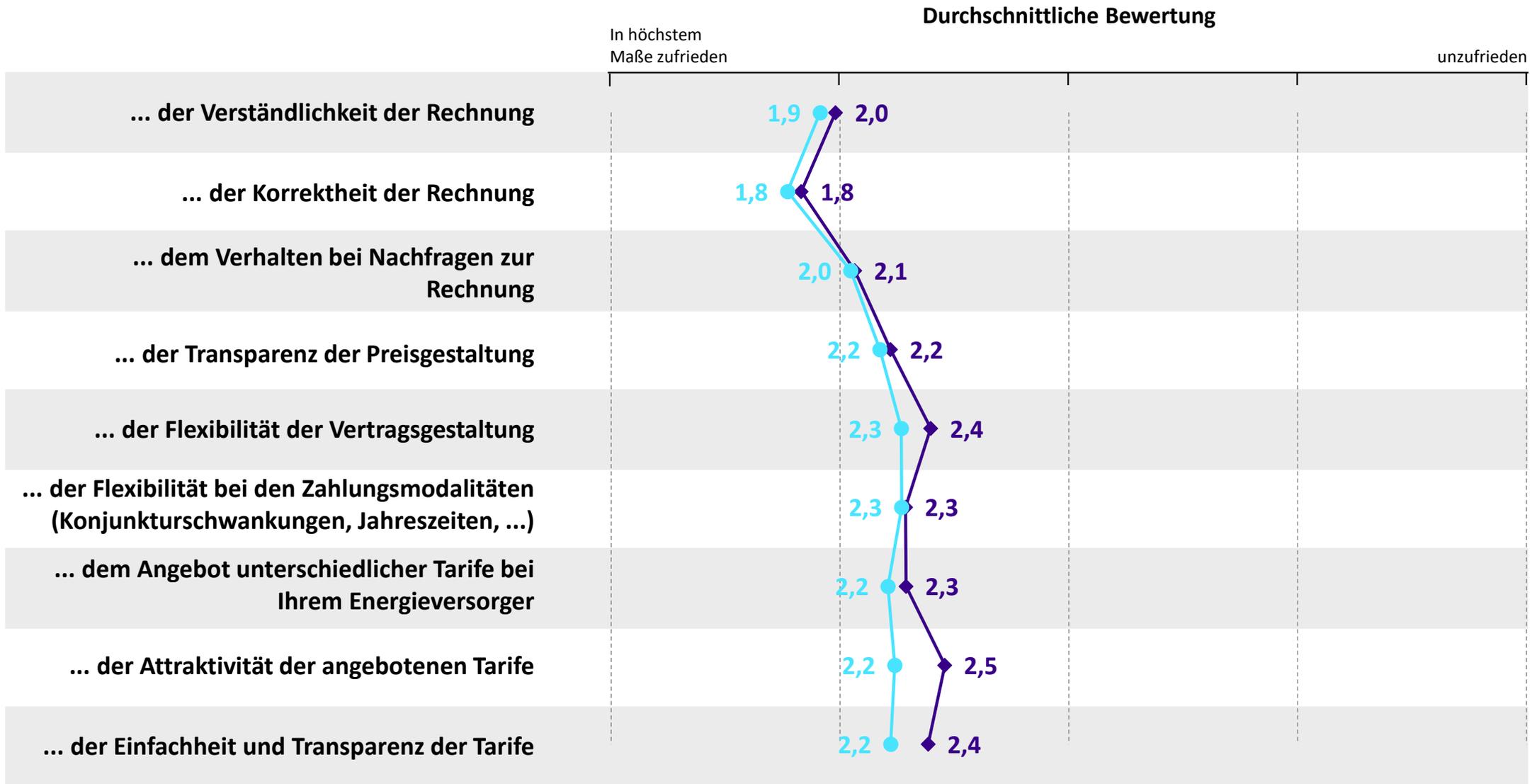


Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 600) ■ Versorgerwechsel (n = 440)

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

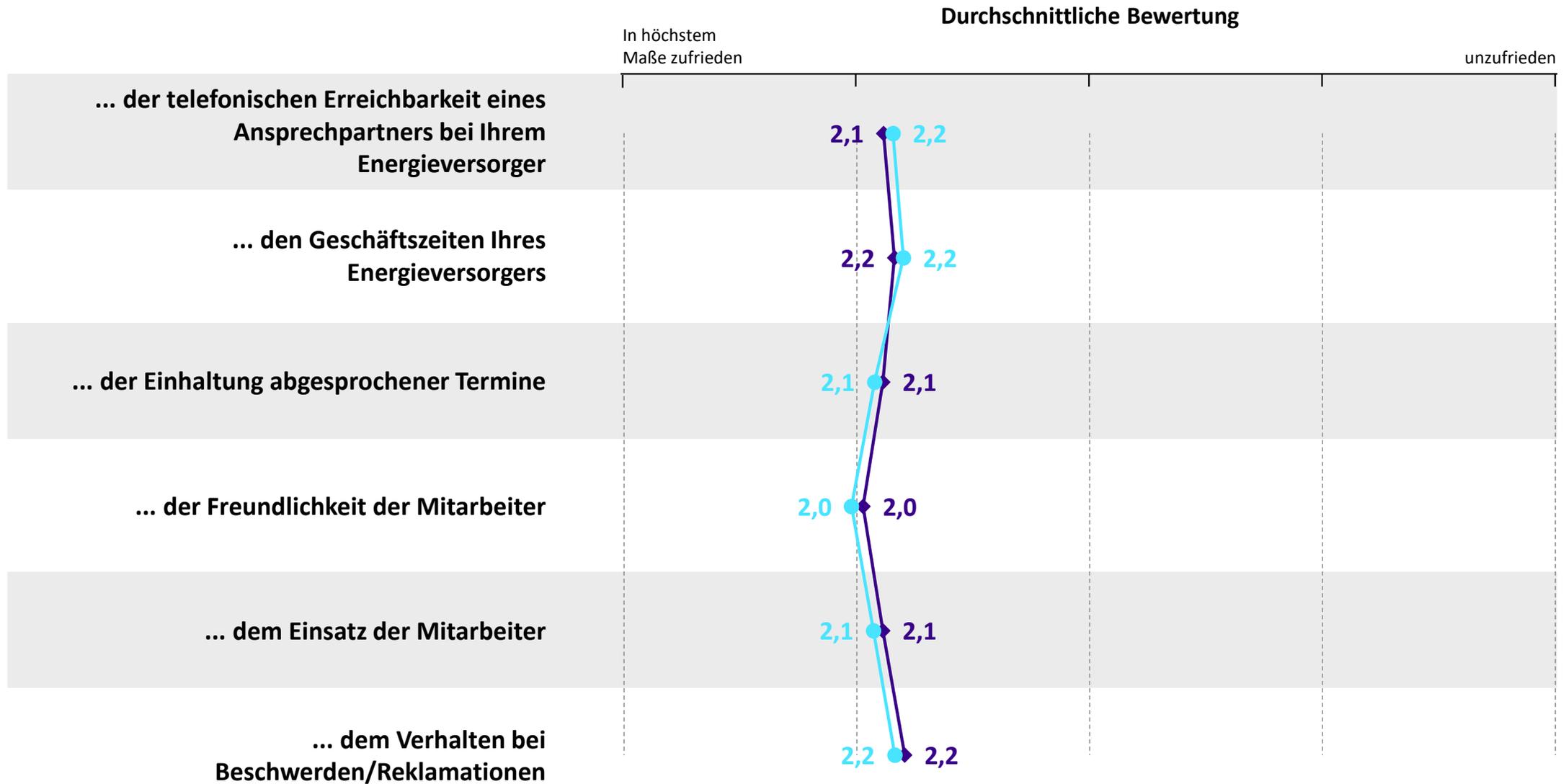


Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 600) ■ Versorgerwechsel (n = 440)

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

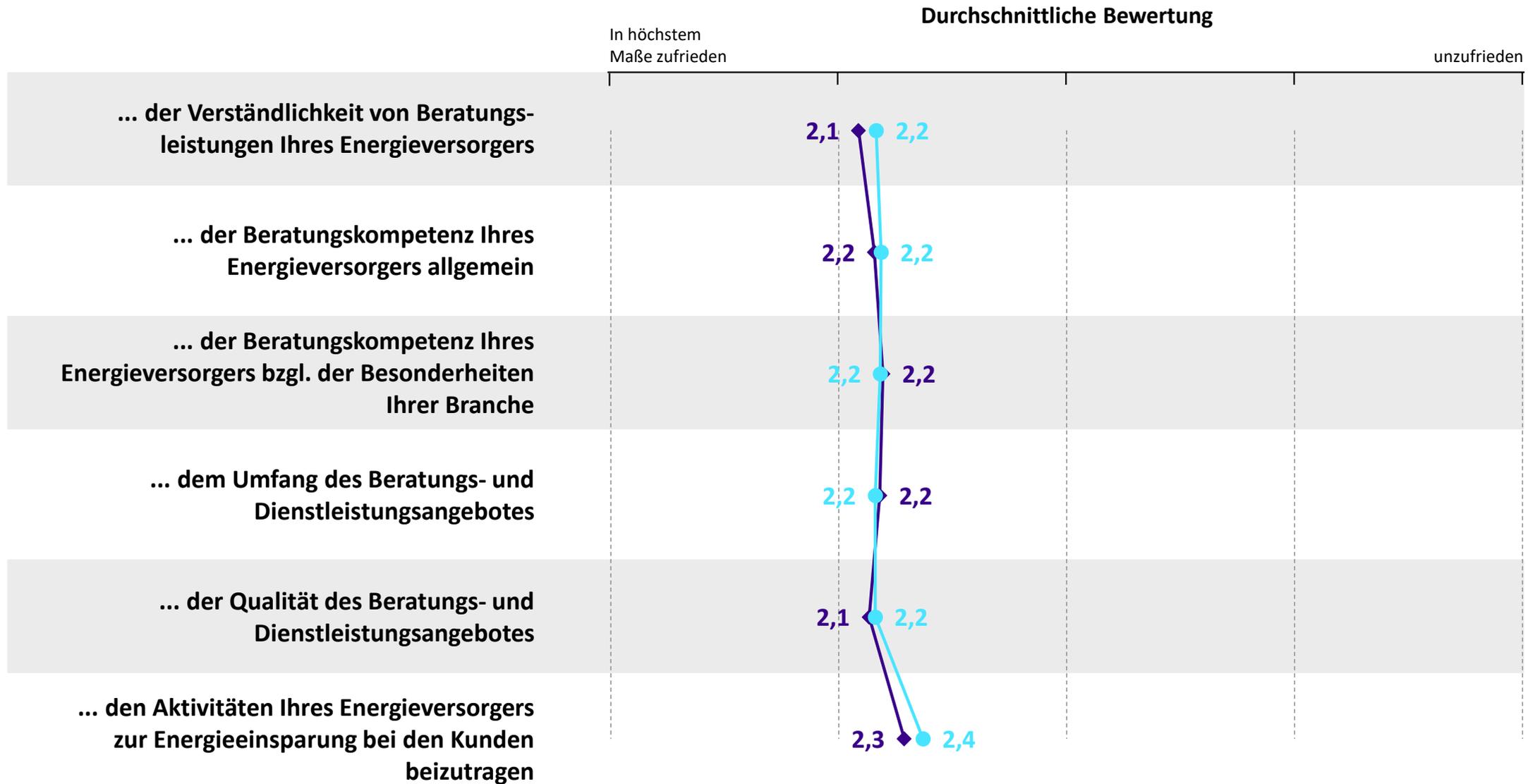


Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 600) ■ Versorgerwechsel (n = 440)

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



Frage 22: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

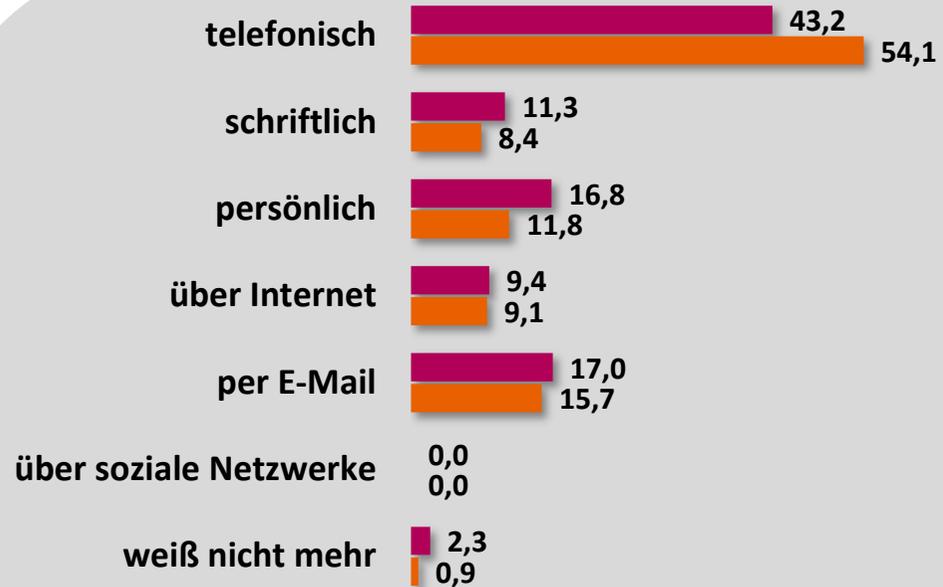
■ kein Versorgerwechsel (n = 600) ■ Versorgerwechsel (n = 440)

# Ablauf des letzten Kontaktes

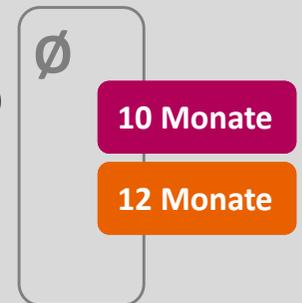
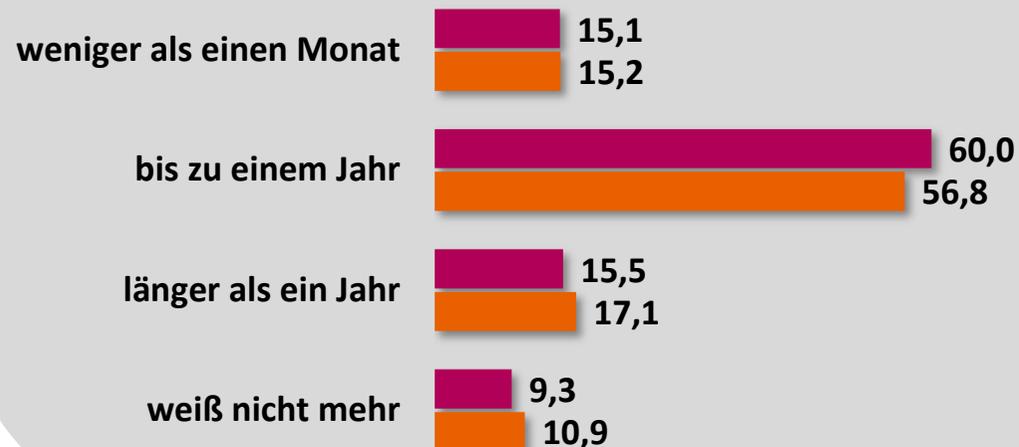


Frage 21/21.1: Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?

■ Studie 2020 (n = 1.040) ■ Studie 2019 (n = 1.040)



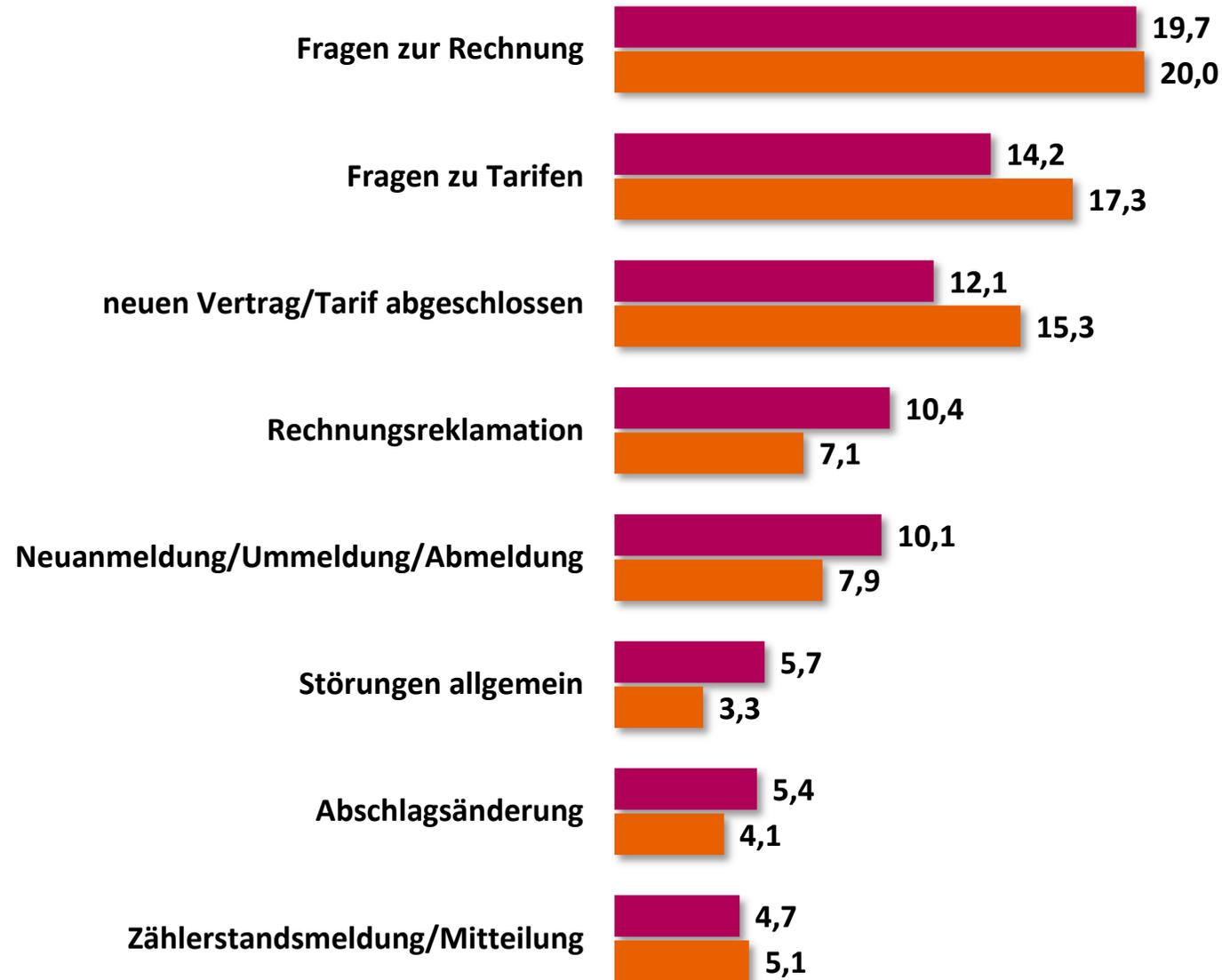
Frage 21.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?



Frage 21.3: Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?

■ Studie 2020 (n = 513) ■ Studie 2019 (n = 506)

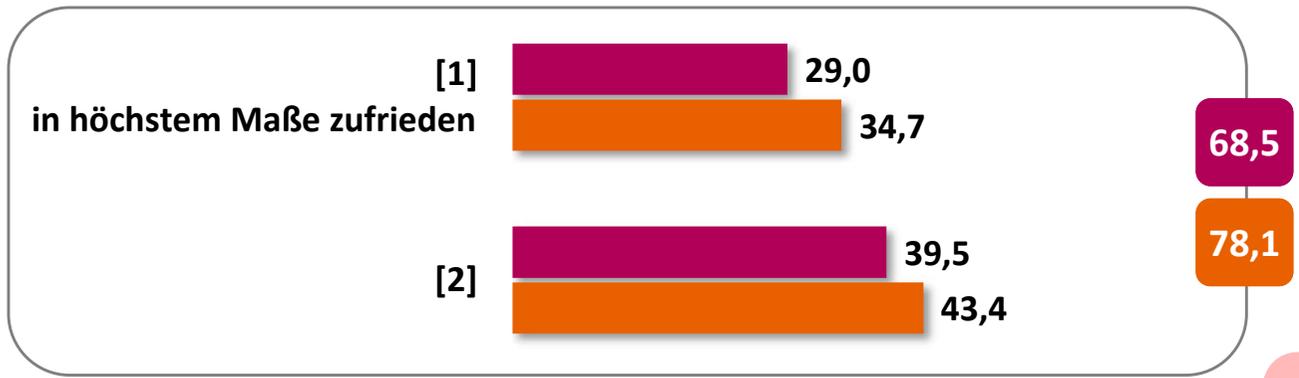
# Anlass für den letzten Kontakt



Frage 21.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

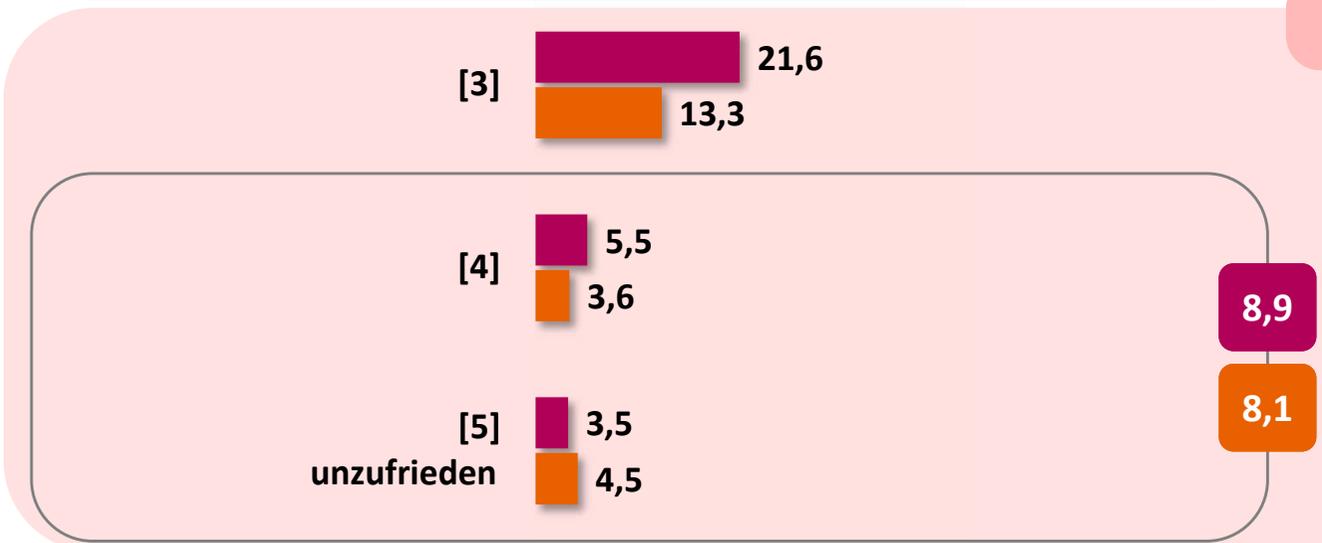
# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes

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



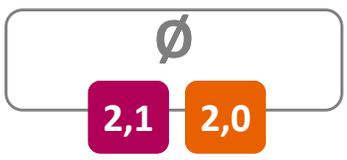
68,5

78,1



8,9

8,1



## Gründe für die Unzufriedenheit

1. Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
2. unfreundlicher Ansprechpartner
3. lange Wartezeiten im Kundencenter oder der Hotline
4. es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
5. mangelnde Kulanz

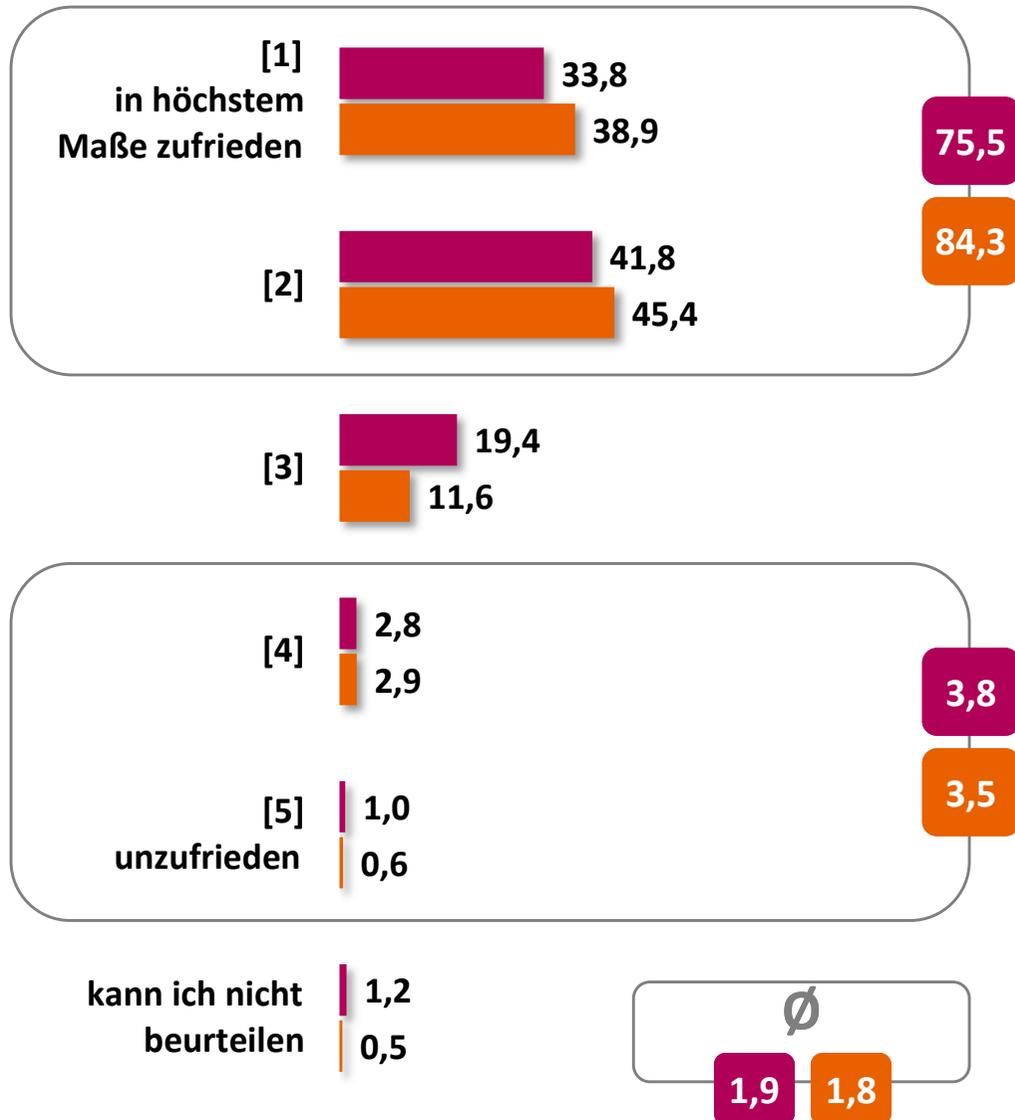
n = 157

Frage 21.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

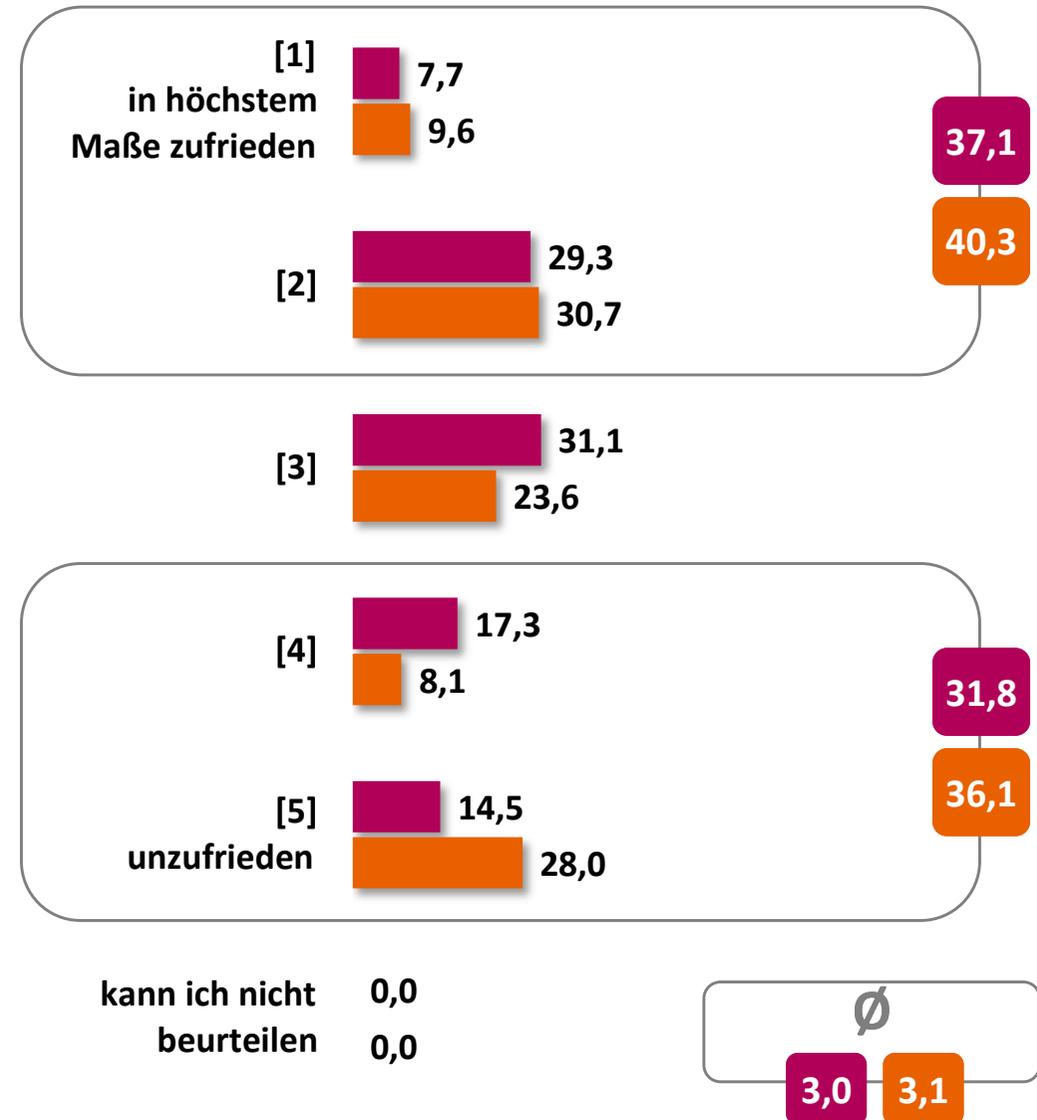
Angaben in %

# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund

## Anfrage/anderer Grund



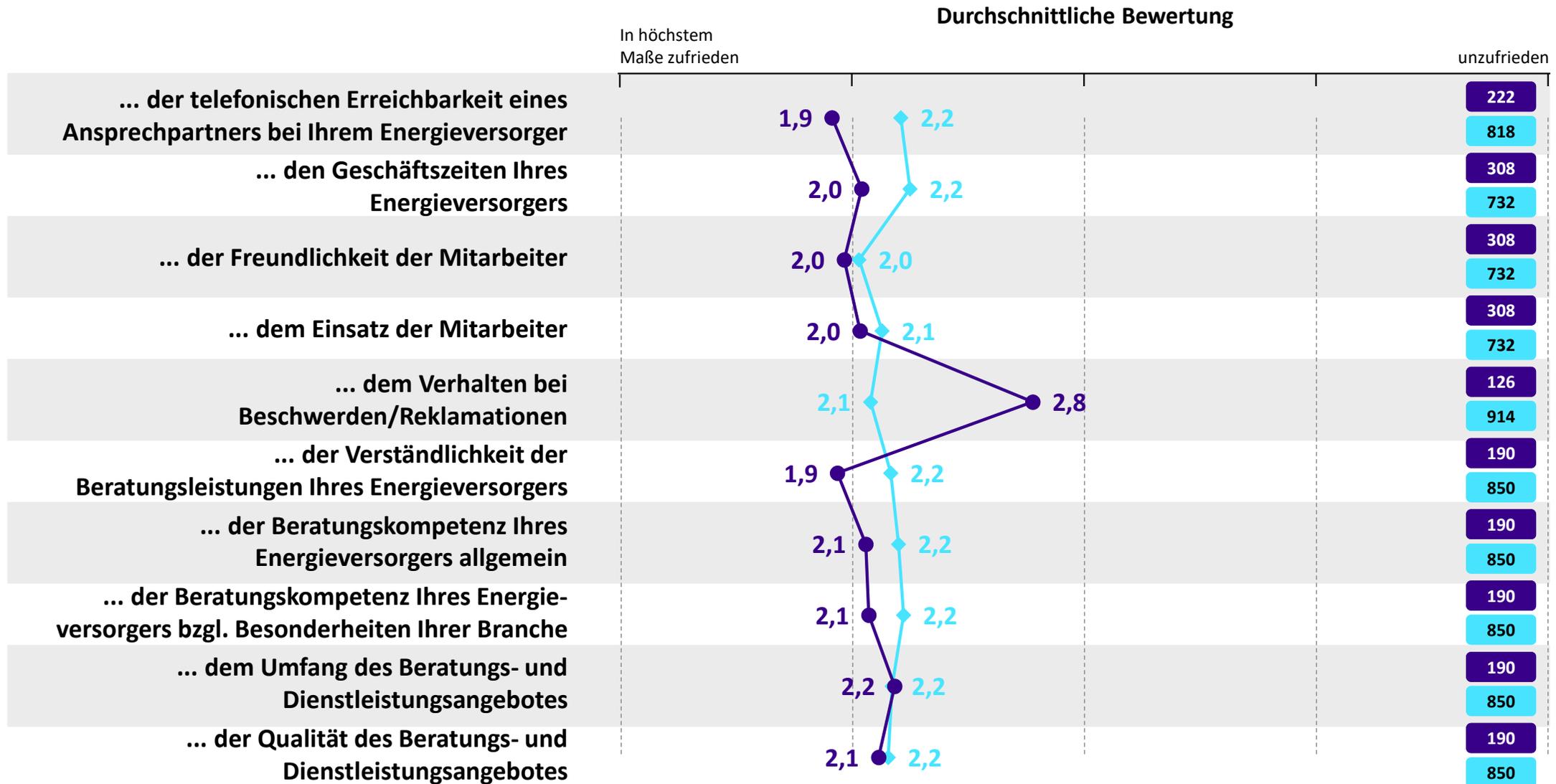
## Beschwerde



Frage 21.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

Angaben in %

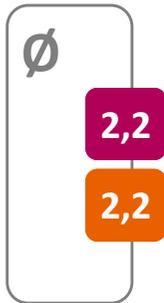
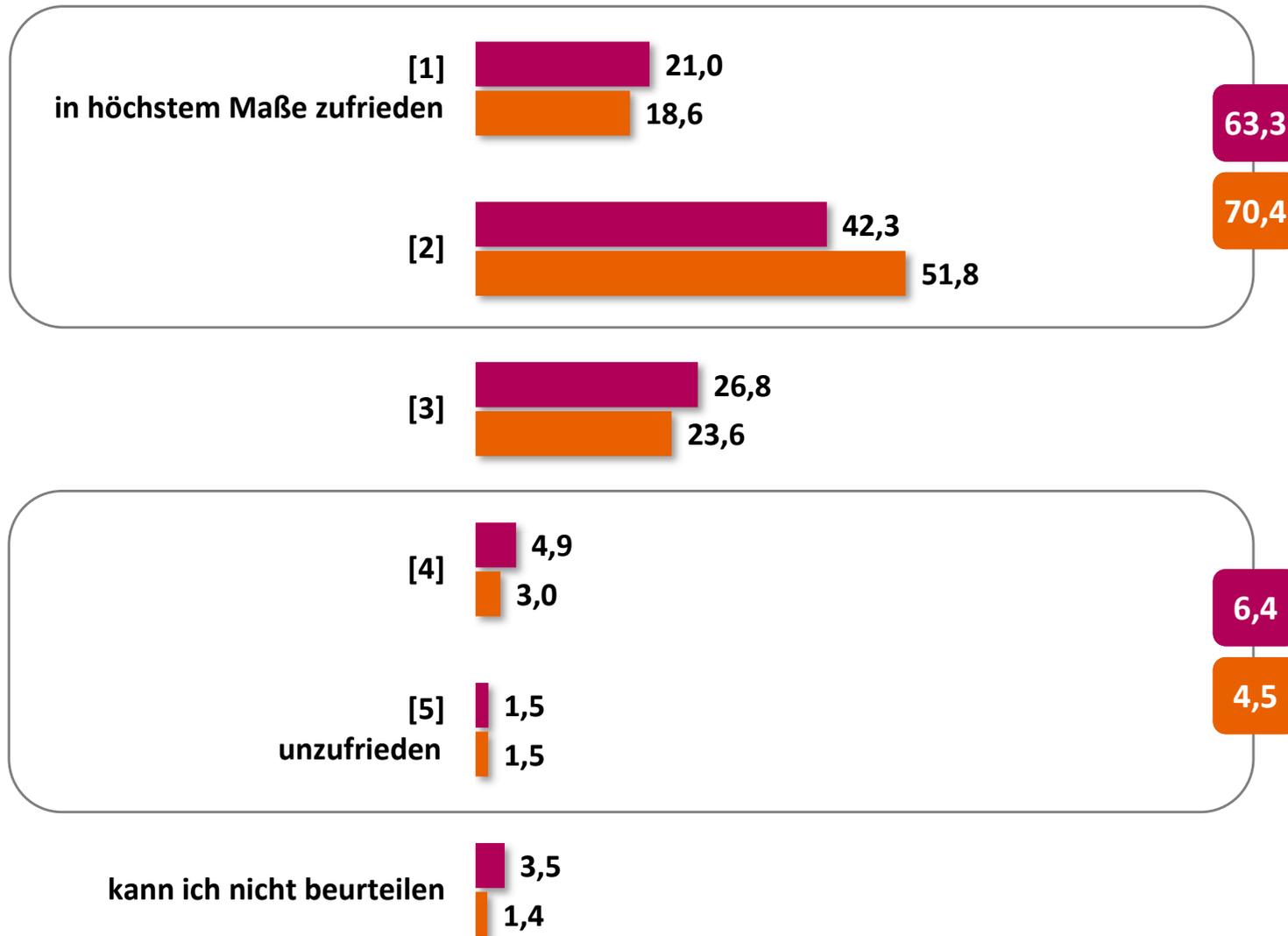
# Tatsächlich erlebte Kundenzufriedenheit



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         | 2,2 |
| Discounter                | 2,0 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 2,2 |
| Regionalversorger         | 2,1 |

Frage 24: 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

Klimaschutz

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

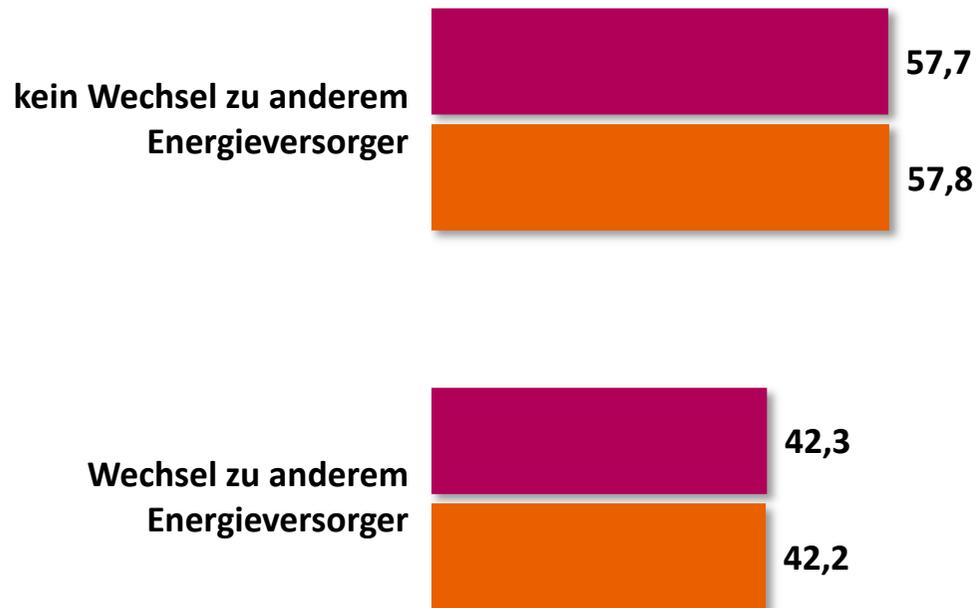
## Wechselquote

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:

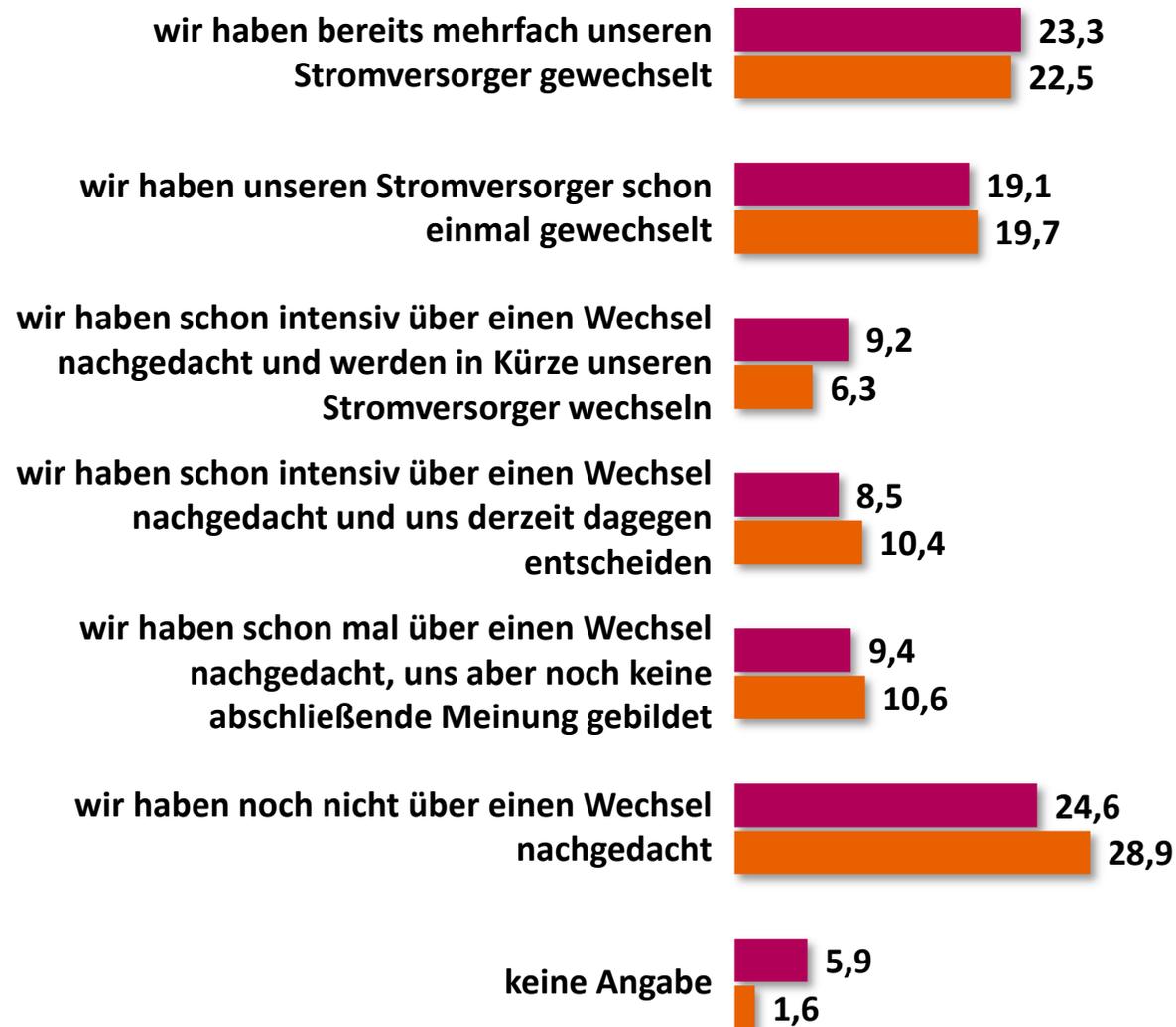
- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

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:



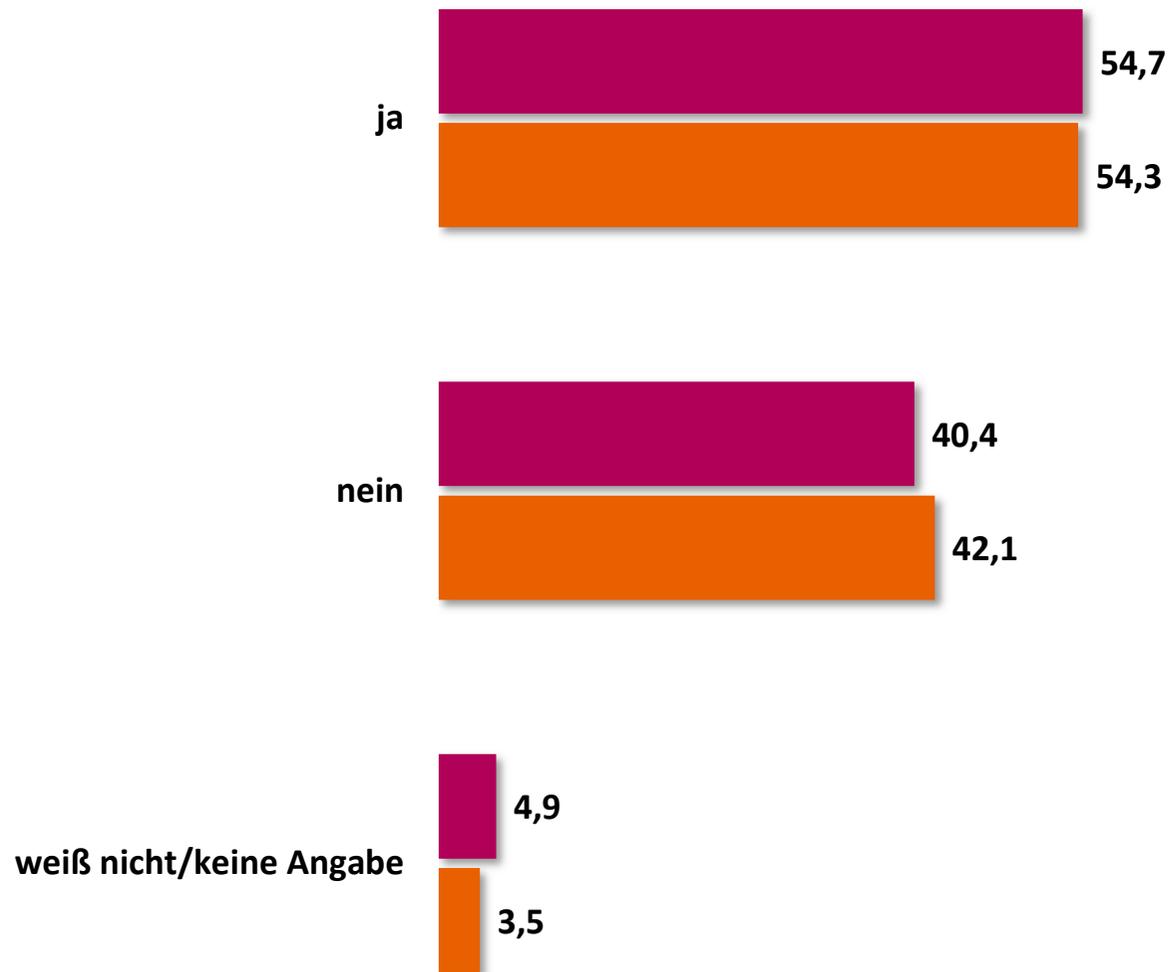
## Wechselverhalten Strom



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 %

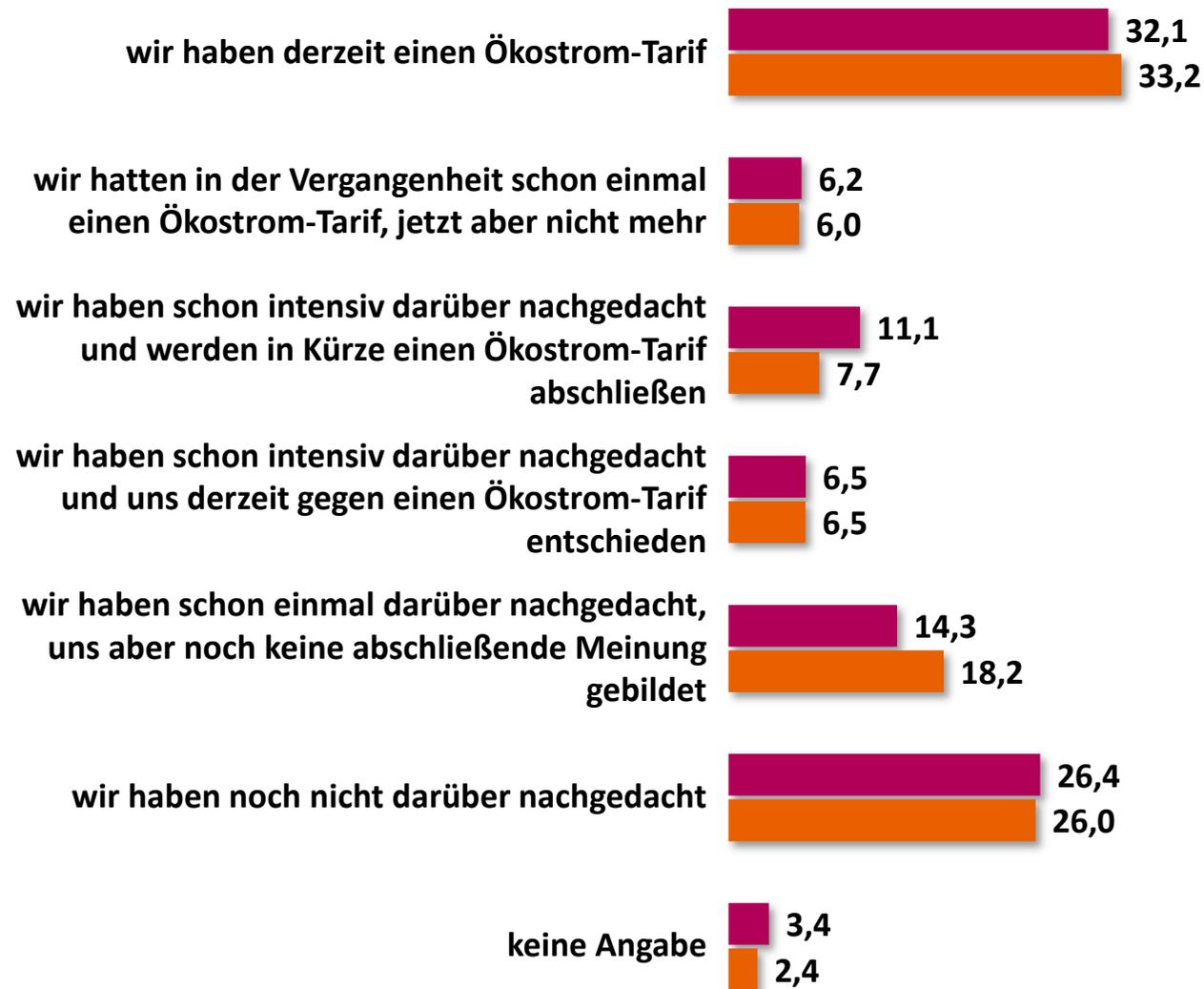
# Tarifwechsel Strom



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 %

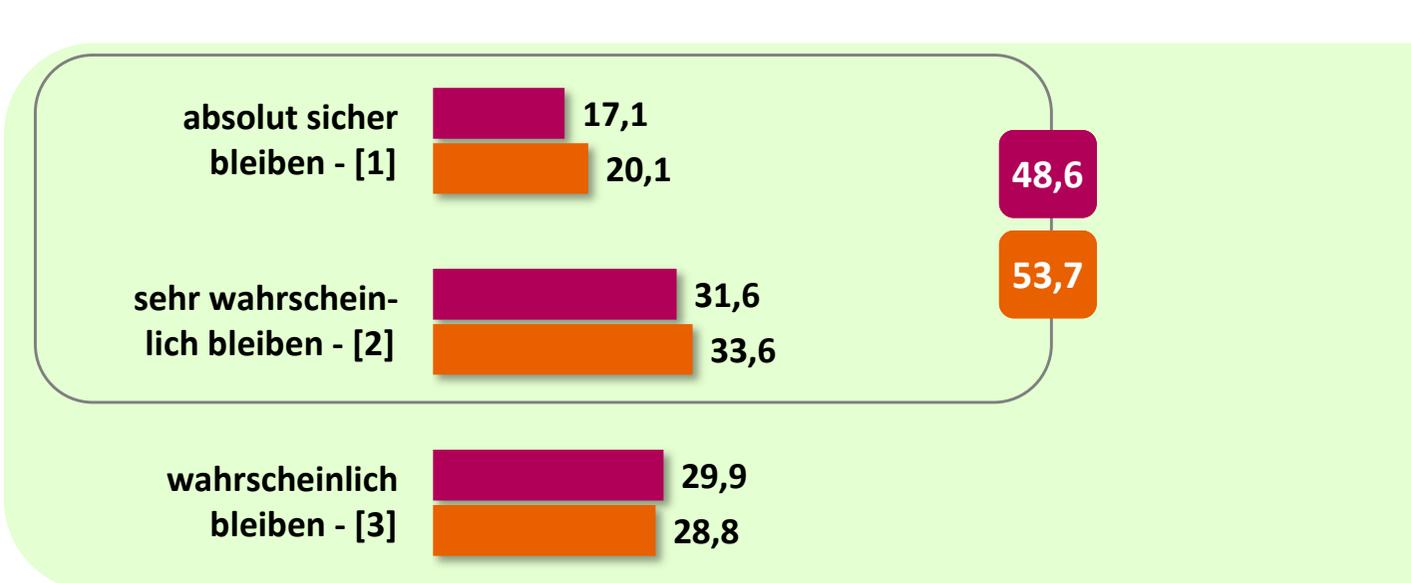
## Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif



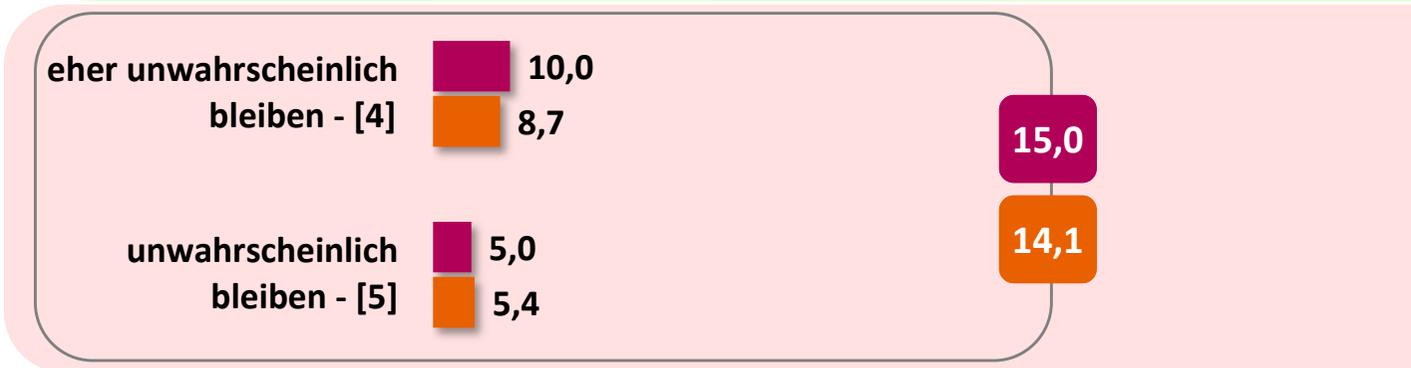
Frage SWI 11: In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihr Unternehmen zutrifft.

Angaben in %

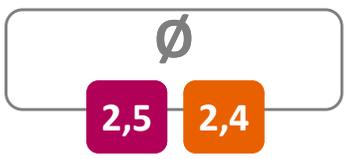
# Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger



- ### Gründe für den Verbleib
1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
  2. günstiger Strompreis
  3. Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
  4. Sicherheit der Stromversorgung
  5. guter Service des bisherigen Anbieter
- n = 816



- ### Gründe für den Wechsel
1. Strompreis
  2. schlechter Service
  3. Beitrag zum Klimaschutz
- n = 156



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

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

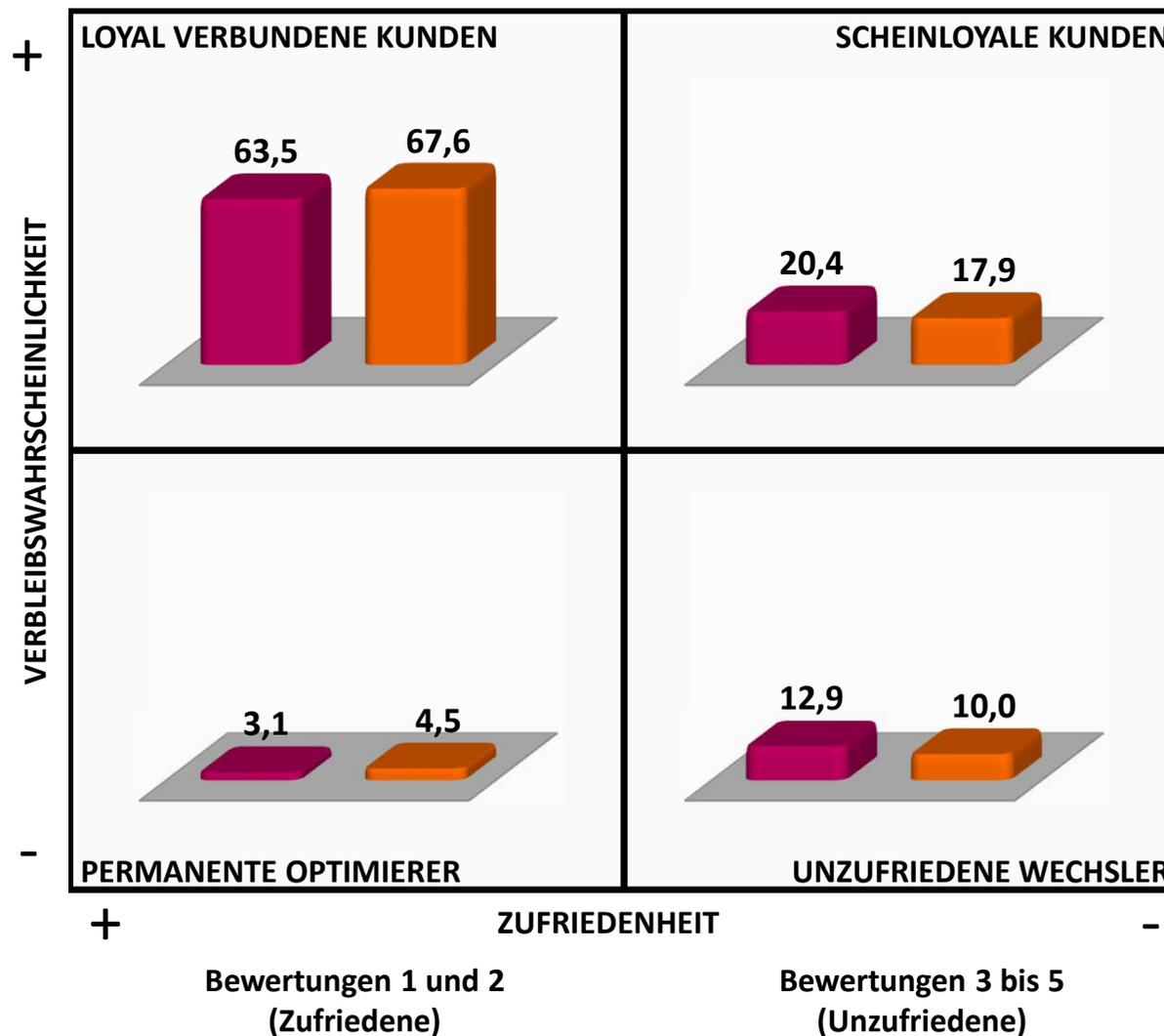
## Zufriedenheit-Bindungs-Tableau

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

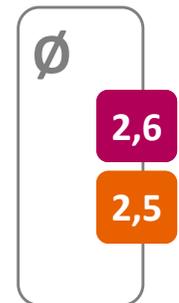
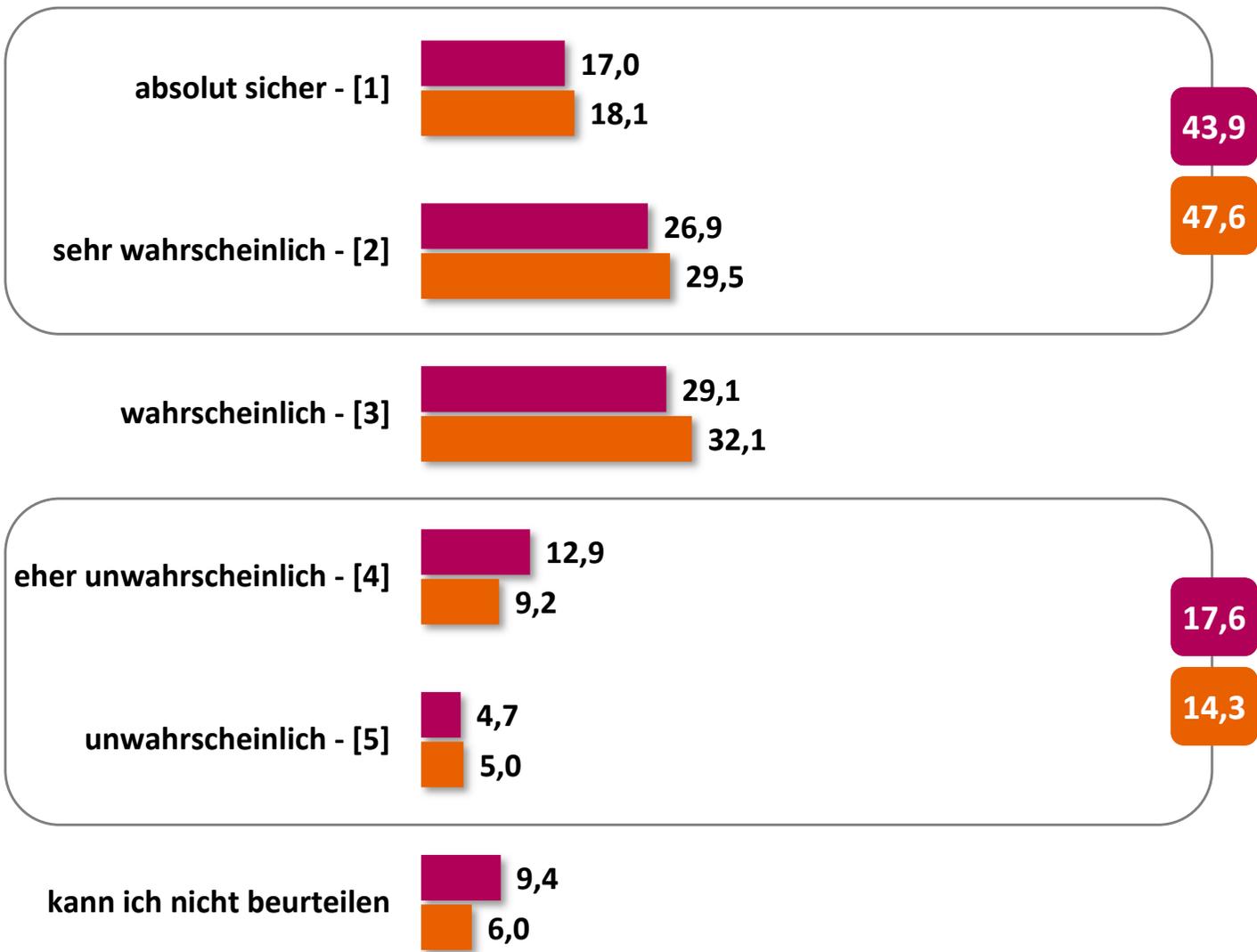
Bewertungen 1 bis 3  
(absolut sicher bis  
wahrscheinlich  
bleiben)

Bewertungen 4 und 5  
(eher unwahrscheinlich  
und unwahrscheinlich  
bleiben)

| Bundesbenchmark           |      |
|---------------------------|------|
| Gesamt                    | 63,5 |
| Big 4                     | 63,5 |
| reine Ökoanbieter         | 55,7 |
| Discounter                | 64,9 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 66,9 |
| Regionalversorger         | 65,9 |



# Weiterempfehlungsquote

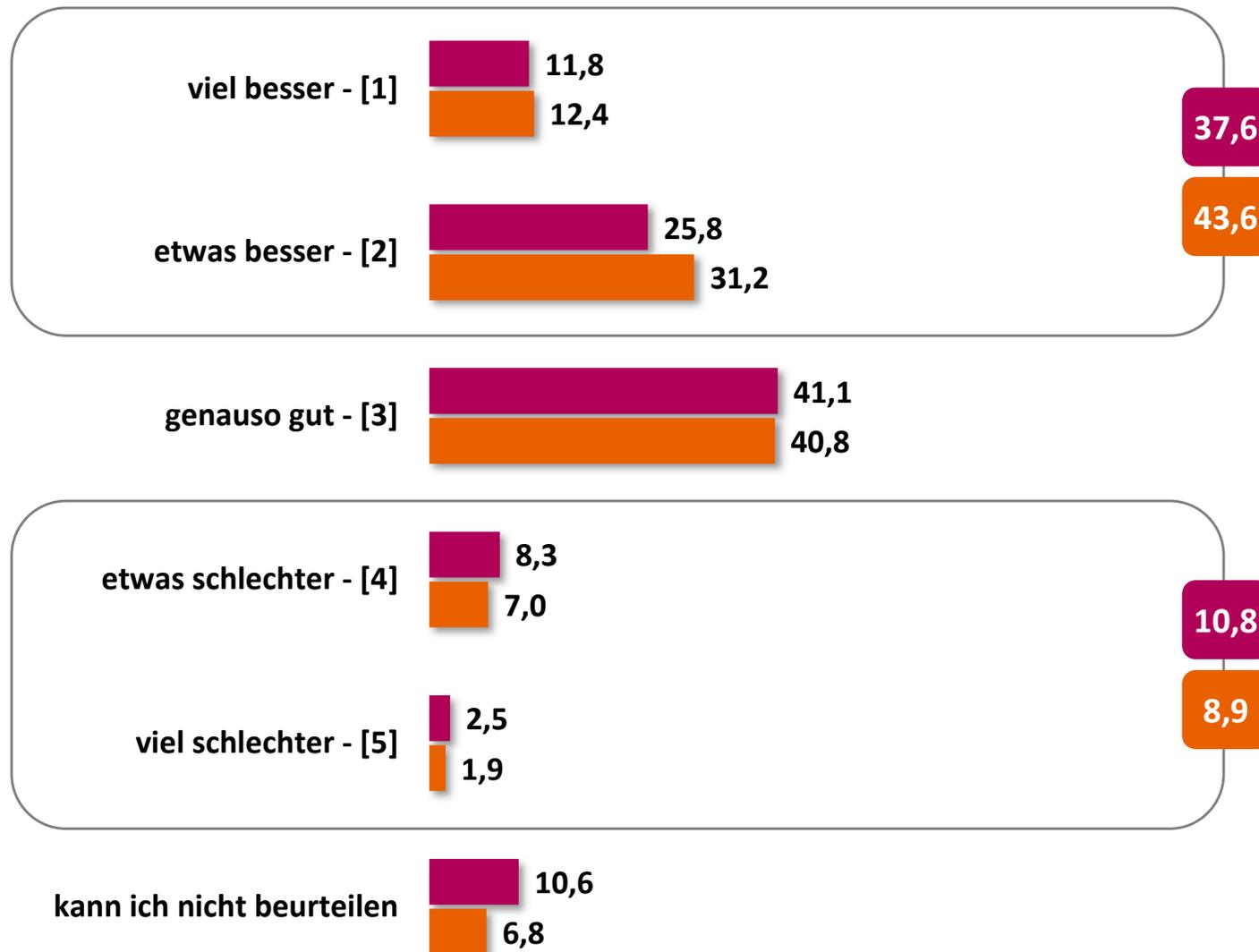


| Bundesbenchmark           |     |
|---------------------------|-----|
| Gesamt                    | 2,6 |
| Big 4                     | 2,7 |
| reine Ökoanbieter         | 2,3 |
| Discounter                | 2,4 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 2,5 |
| Regionalversorger         | 2,5 |

Frage 26: 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                    | 2,6 |
| Big 4                     | 2,7 |
| reine Ökoanbieter         | 2,4 |
| Discounter                | 2,4 |
| Stadtwerke/Lokalversorger | 2,6 |
| Regionalversorger         | 2,6 |

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

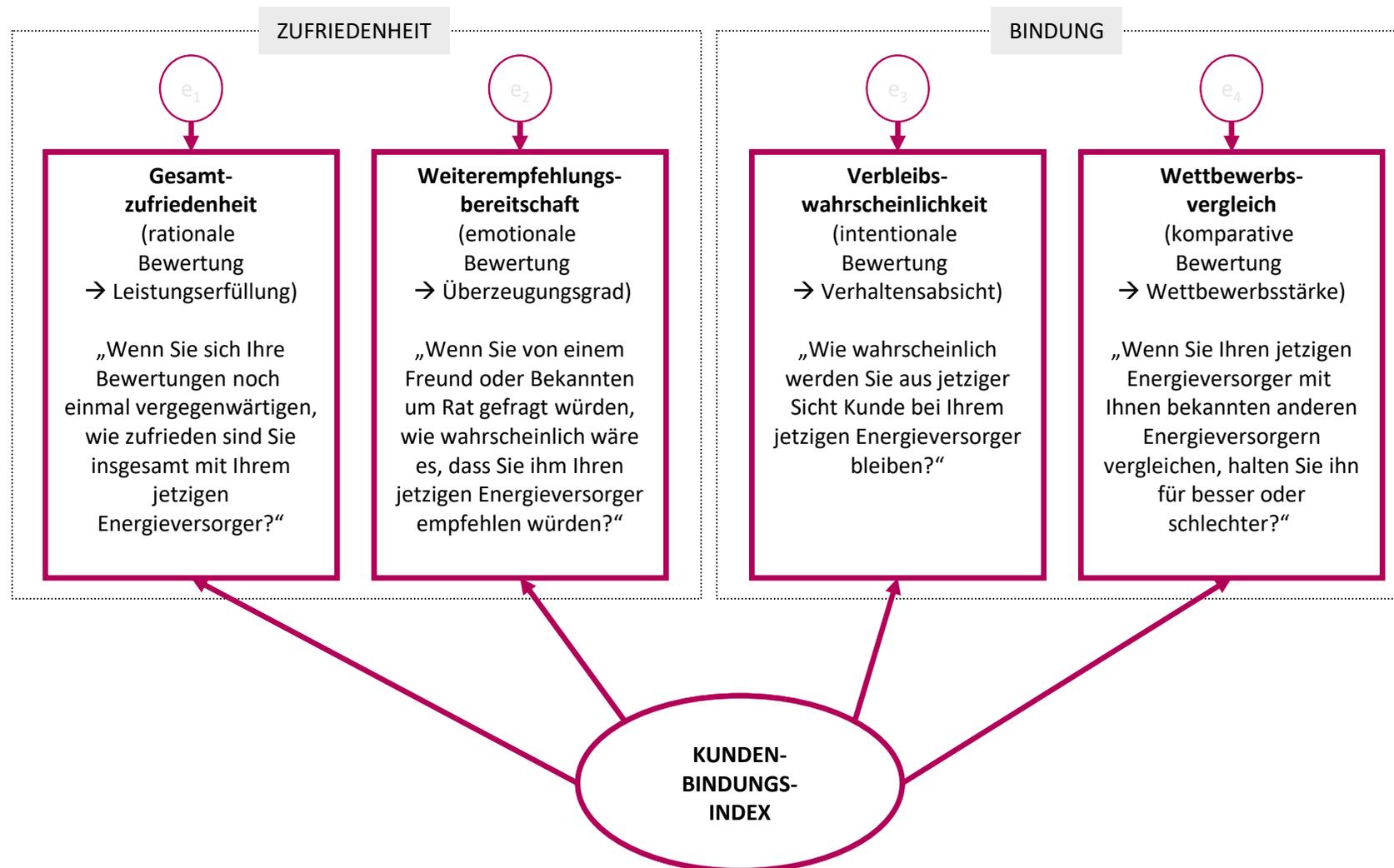
Angaben in %

## Struktur und Ableitung des Kundenbindungsindex

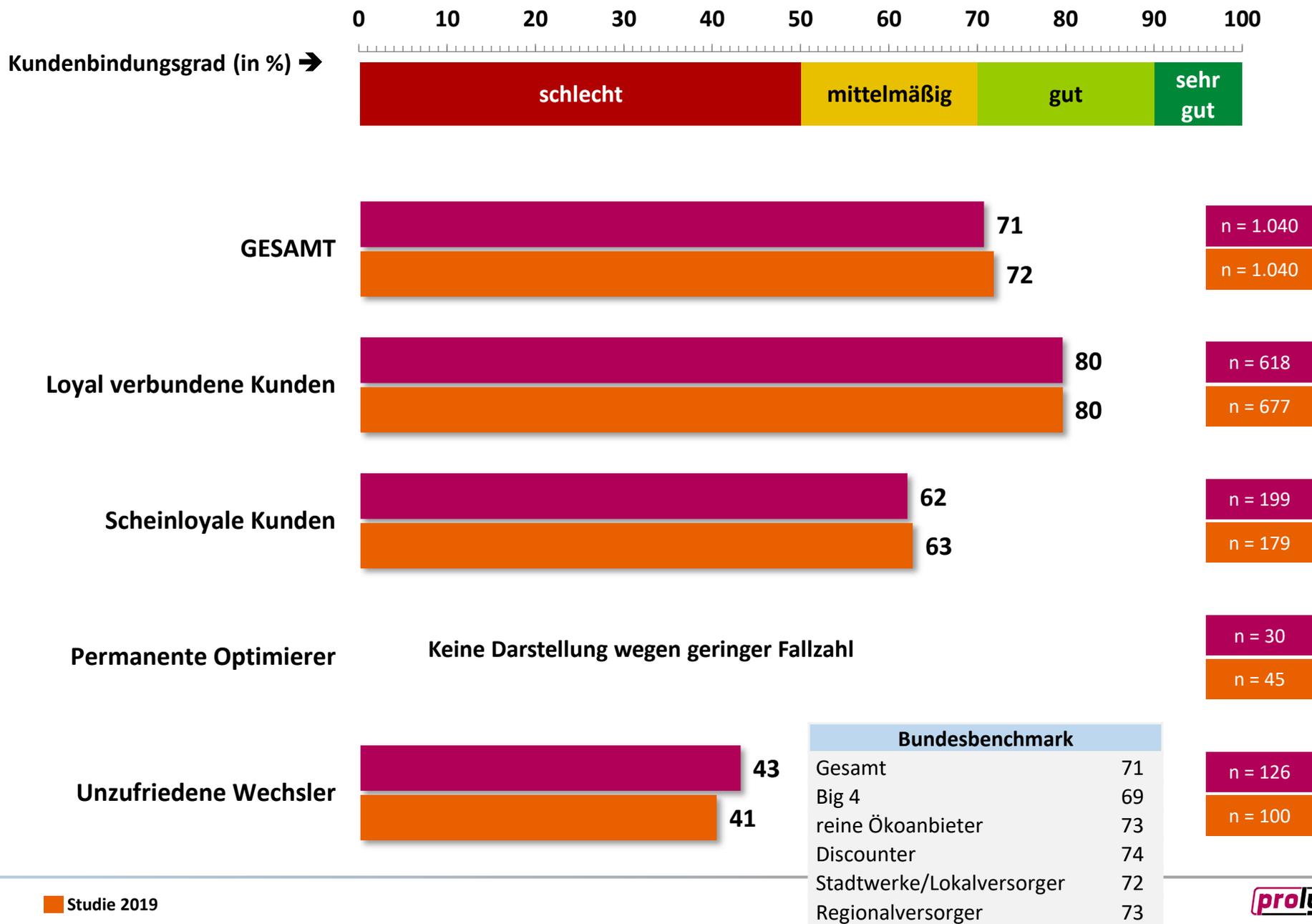
Der Kundenbindungsindex im Sinne eines Loyalitätsindex basiert auf der empirisch bestätigten Hypothese,

***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.***

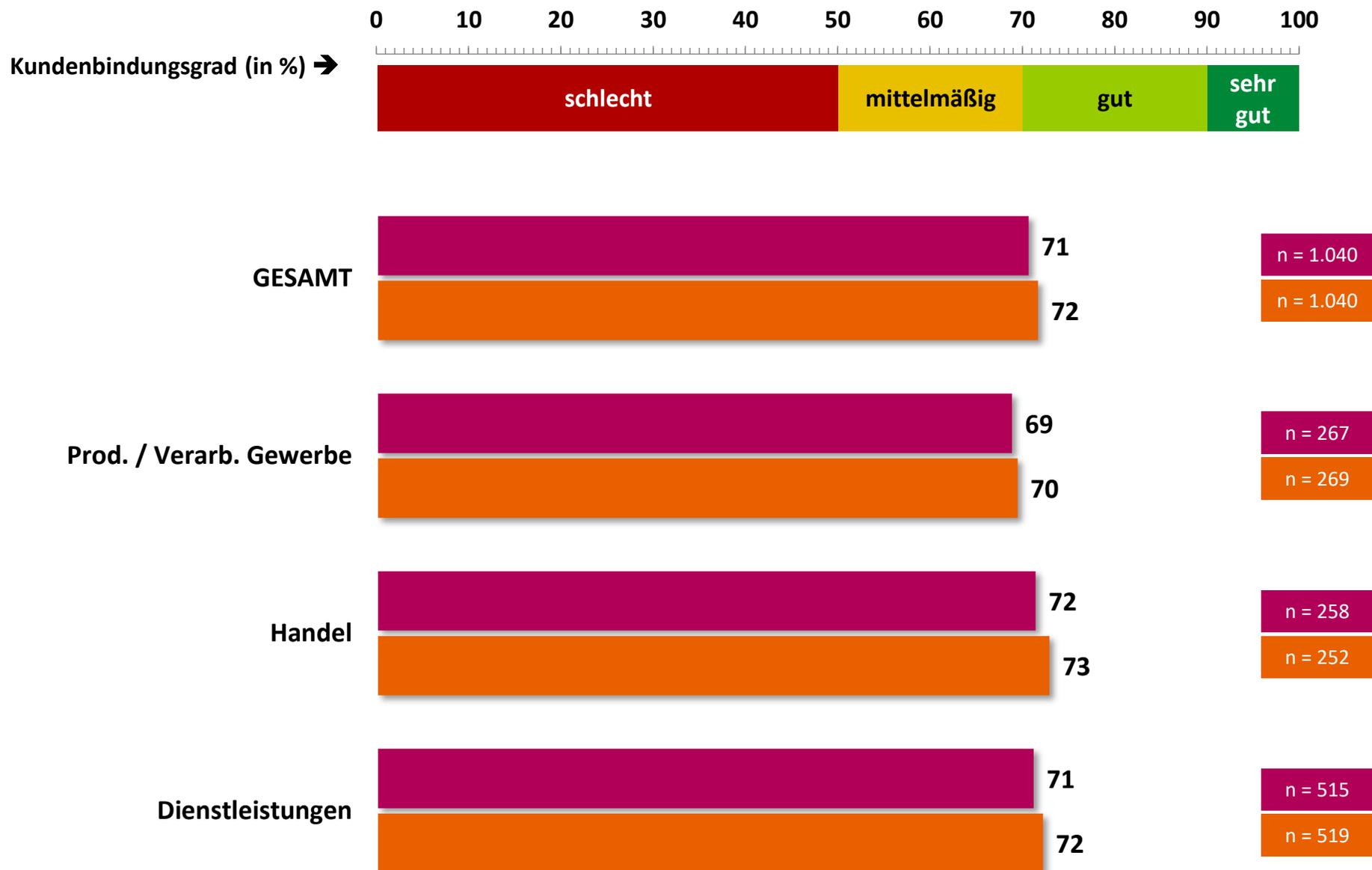
Diese Hypothese wird mit Hilfe einer konfirmatorischen Faktorenanalyse geprüft, die auch gleichzeitig die Gewichte der vier Faktoren für den auf den Wertebereich von 0 bis 100 Punkten normierten summativen Index liefert. Im Kundenbindungsindex werden somit vier hochkorrelierte Einzelindikatoren zu einer 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



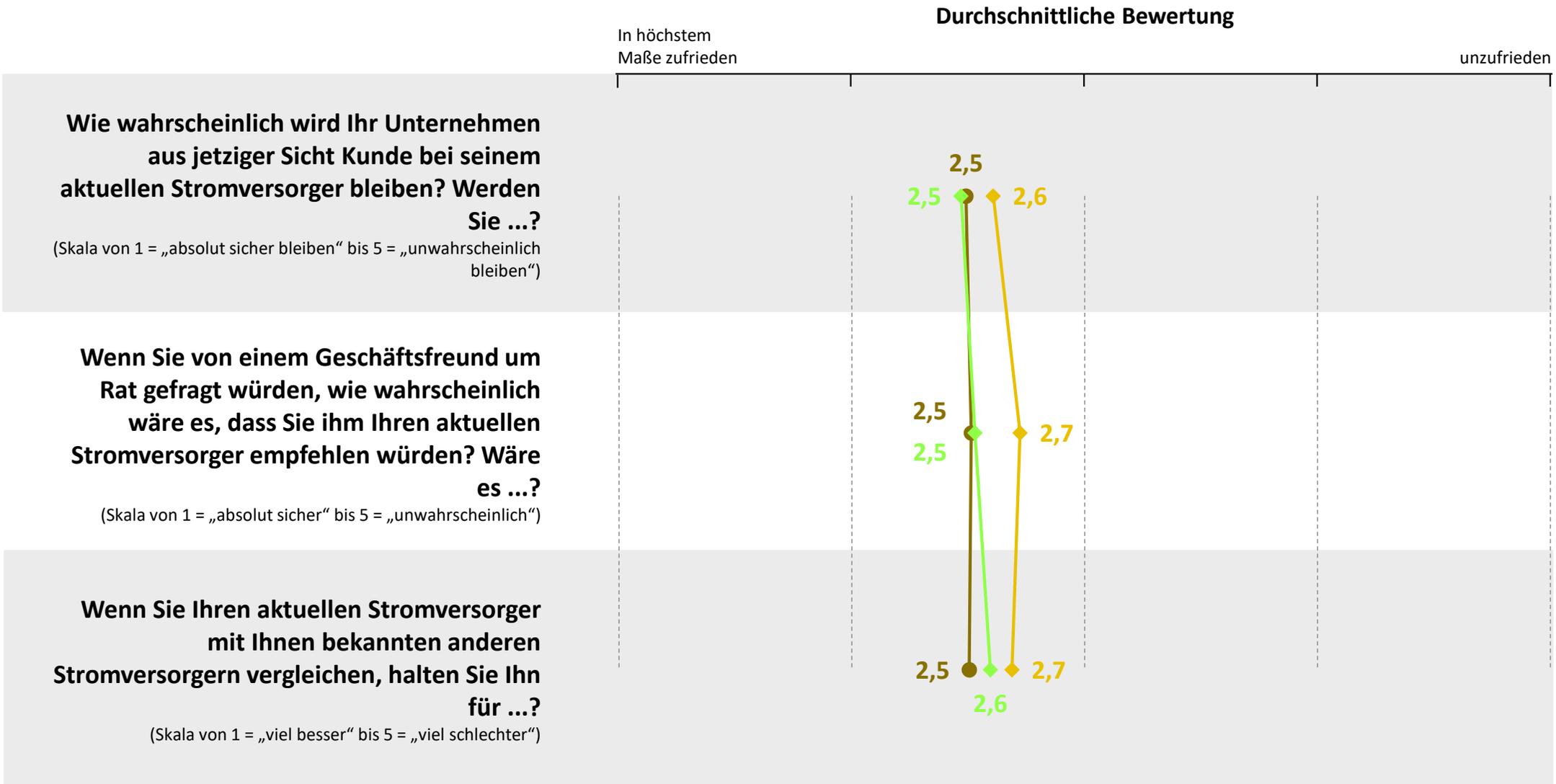
# Kundenbindungsindex – Strom



# Kundenbindungsindex – Strom – Differenziert nach Branchen



# Aspekte des Wettbewerbs in der Stromwirtschaft – Differenziert nach Branchen



Durchschnittswerte

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

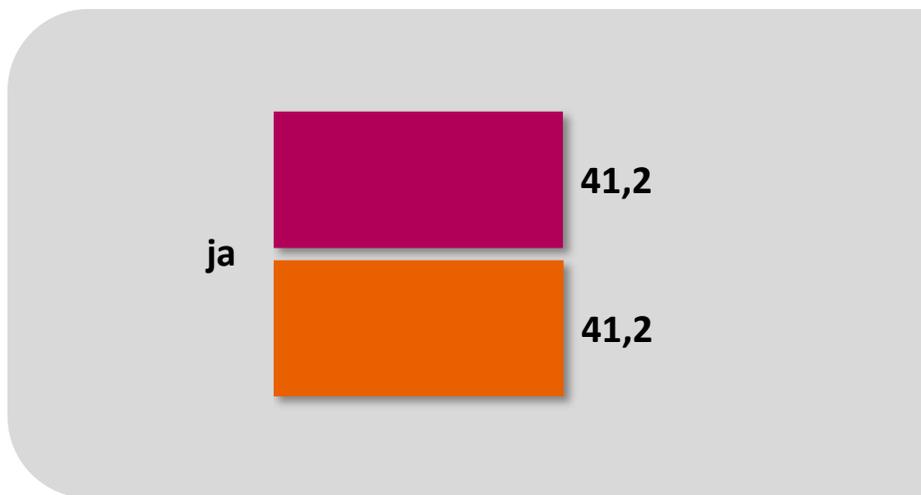
**Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft**

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

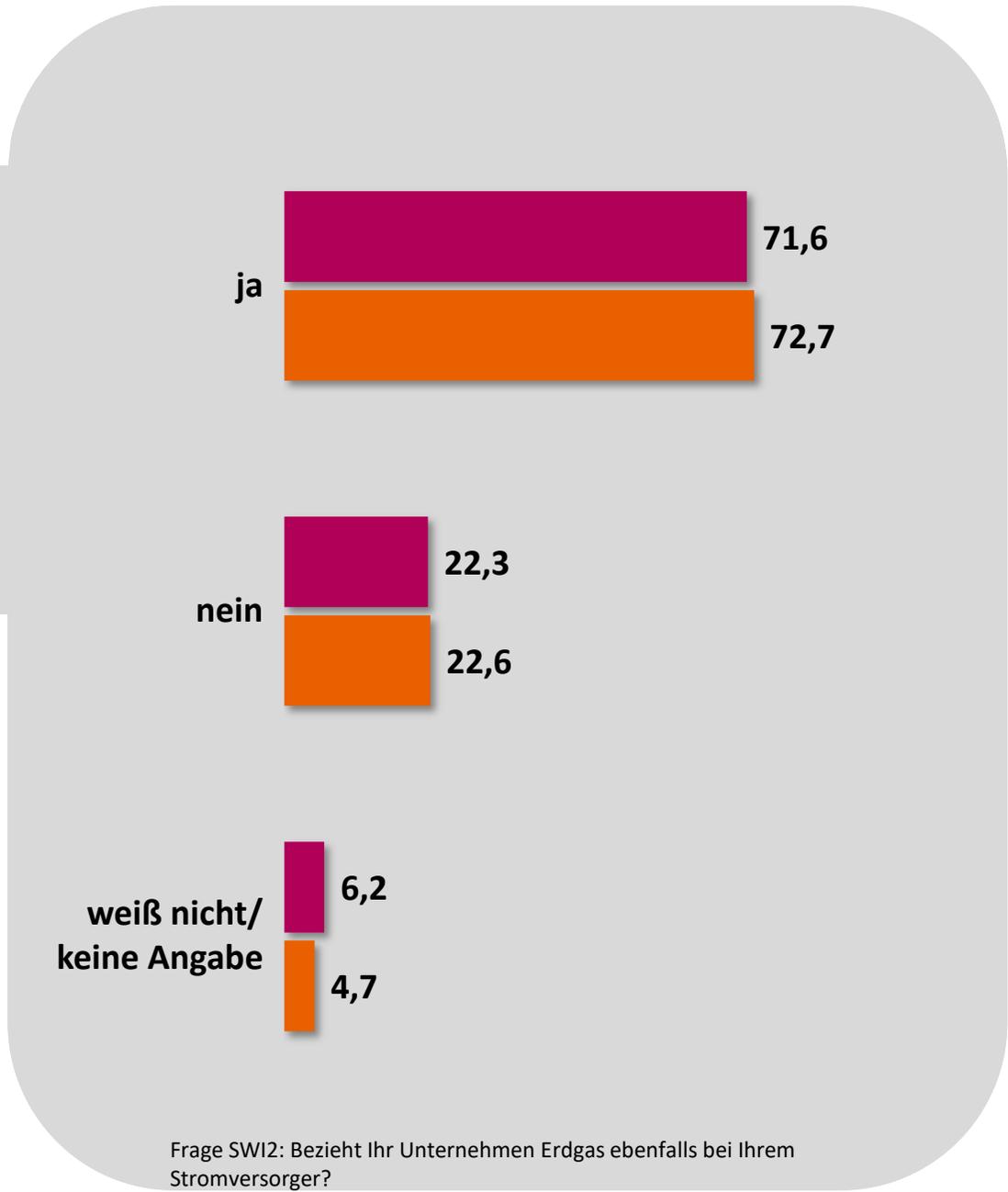
Anhang – Fragebogen

# Erdgasbezug



Frage GW11: Setzen Sie an Ihrem Betriebsstandort Erdgas zum Heizen der Gebäude ein oder nutzen Sie Erdgas für andere Prozesse?

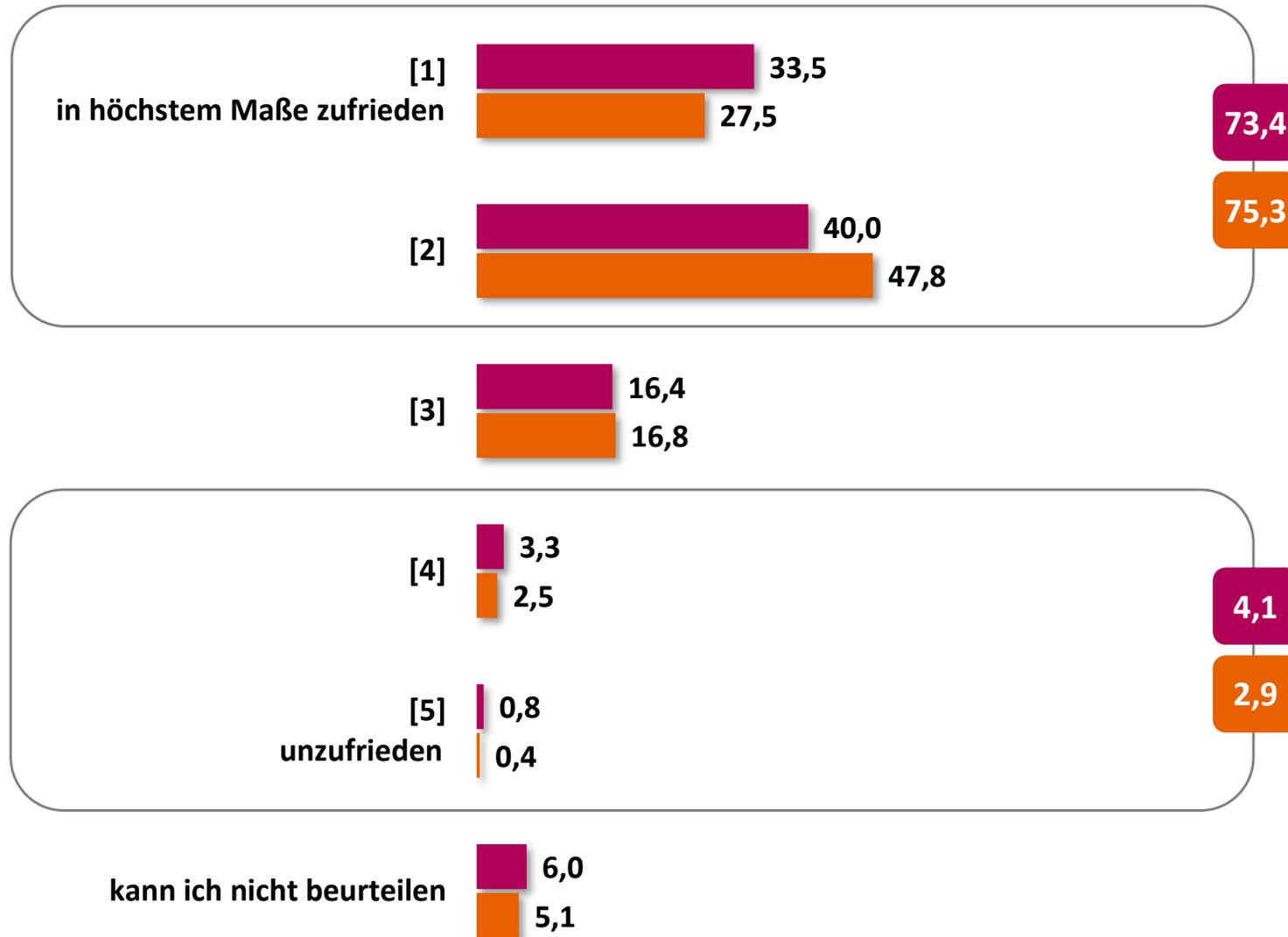
■ Studie 2020 (n = 1.040) ■ Studie 2019 (n = 1.040)



Frage SW12: Bezieht Ihr Unternehmen Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?

■ Studie 2020 (n = 428) ■ Studie 2019 (n = 429)

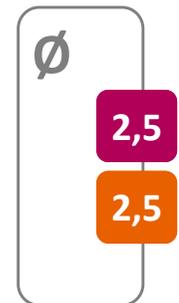
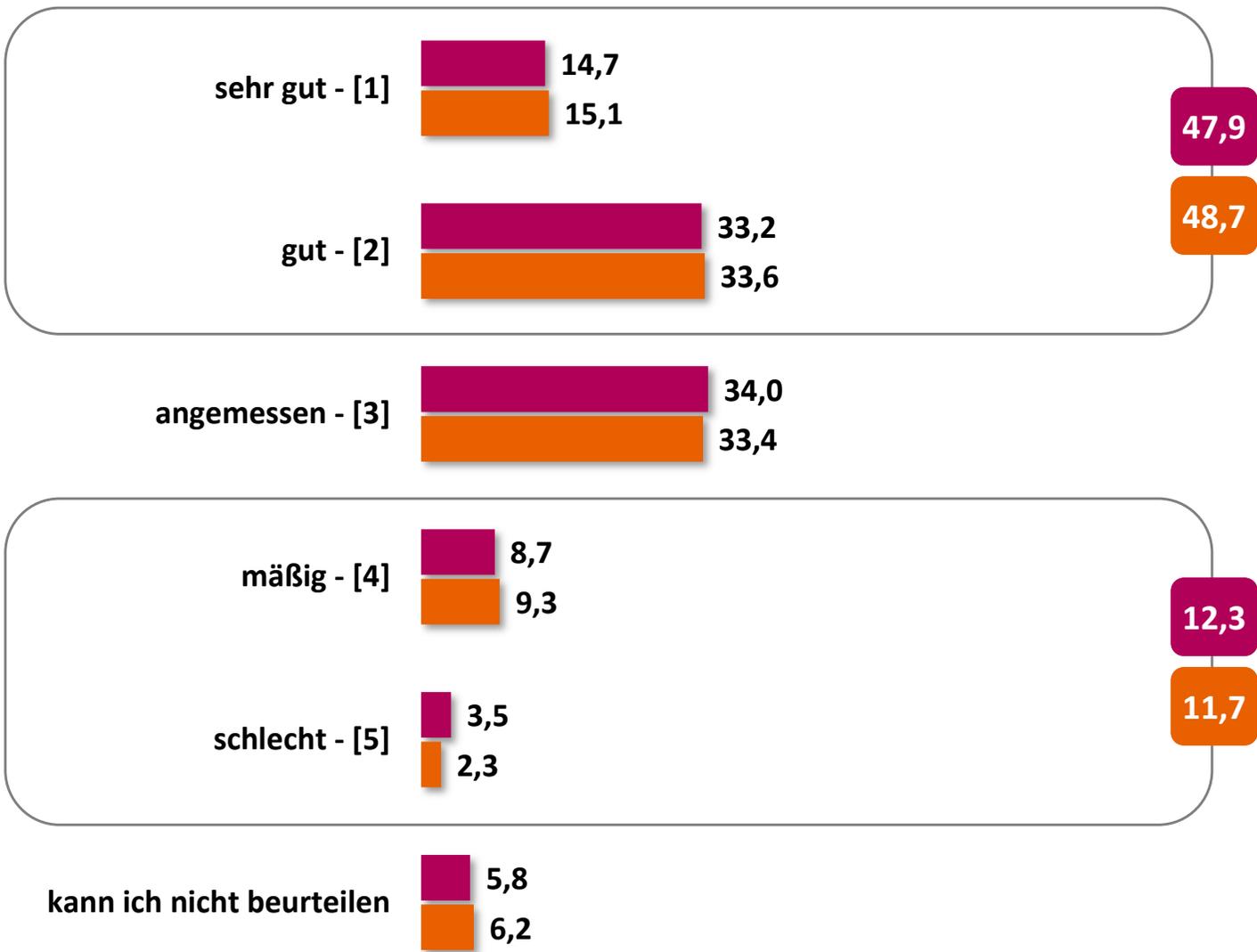
## Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz Erdgas



Frage 28: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger?

Angaben in %

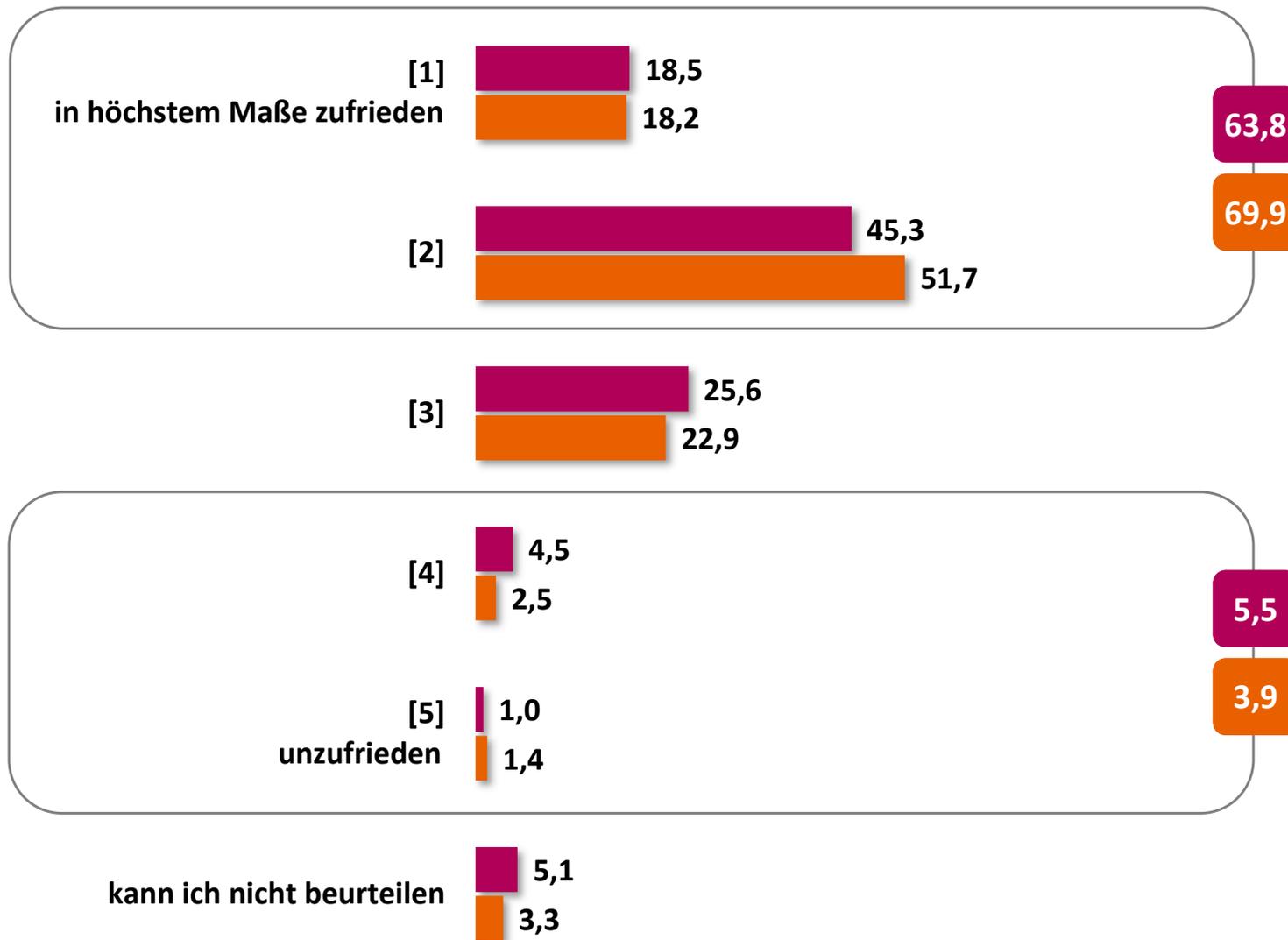
# Preis-Leistungs-Verhältnis – Erdgas



Frage 29: 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 %

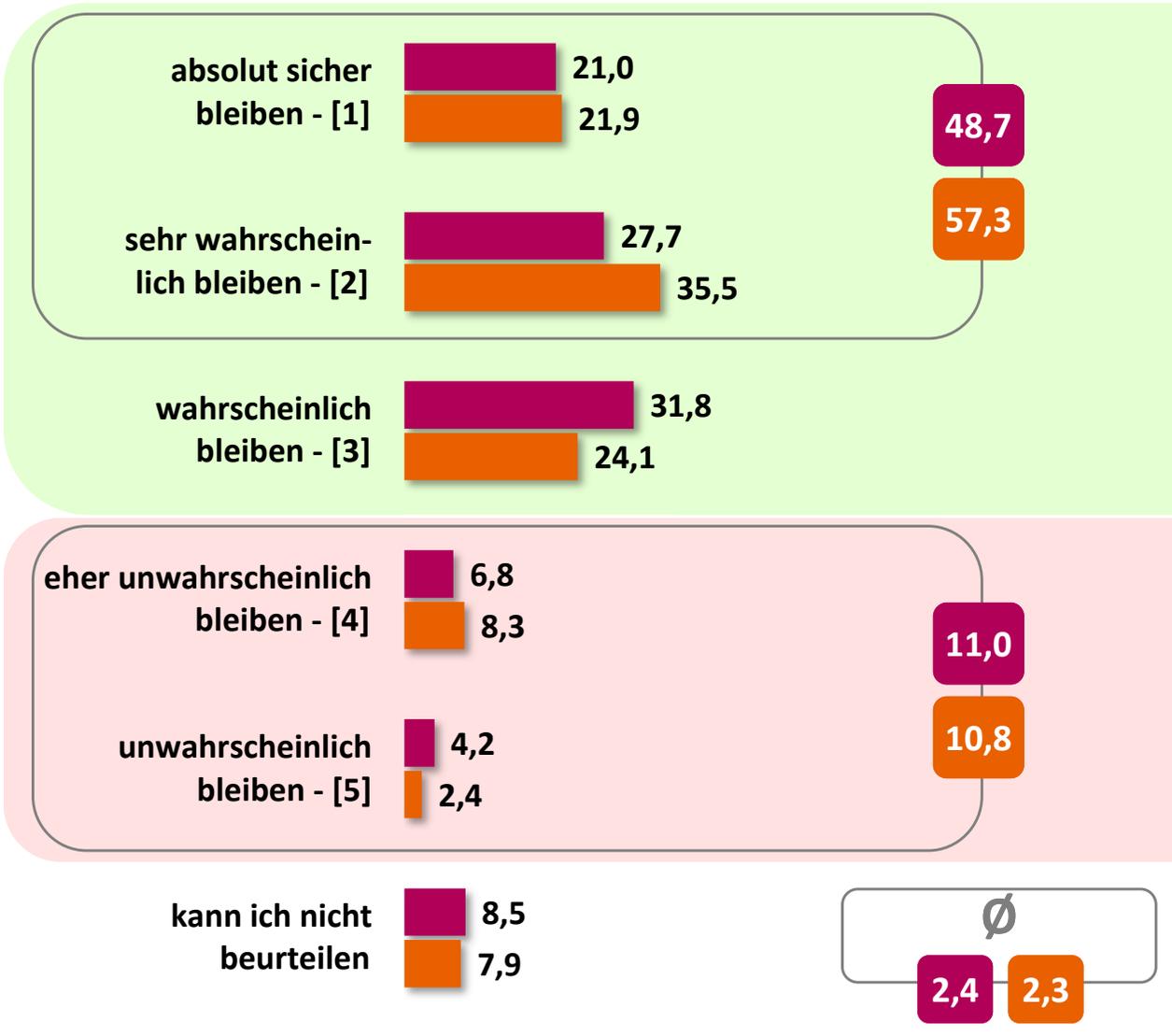
# A'posteriori-Gesamtzufriedenheit – Erdgas



Frage 30: 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. Sicherheit der Gasversorgung
  4. Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
  5. guter Service des bisherigen Anbieter
- n = 345

## Gründe für den Wechsel

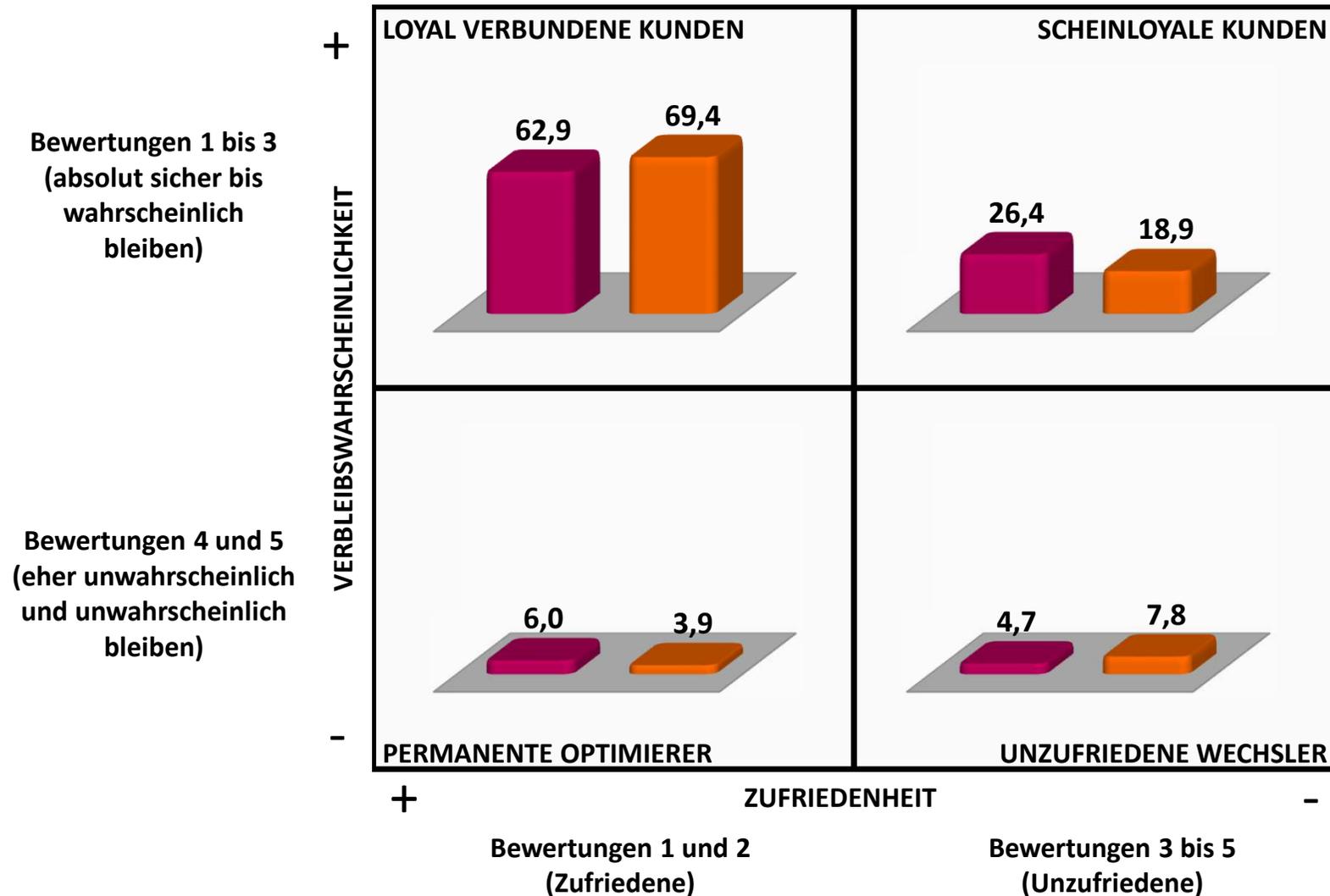
1. Gaspreis
  2. Wechselbonus
  3. Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers
- n = 47

Frage 31: Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Erdgasversorger bleiben? Werden Sie ...?

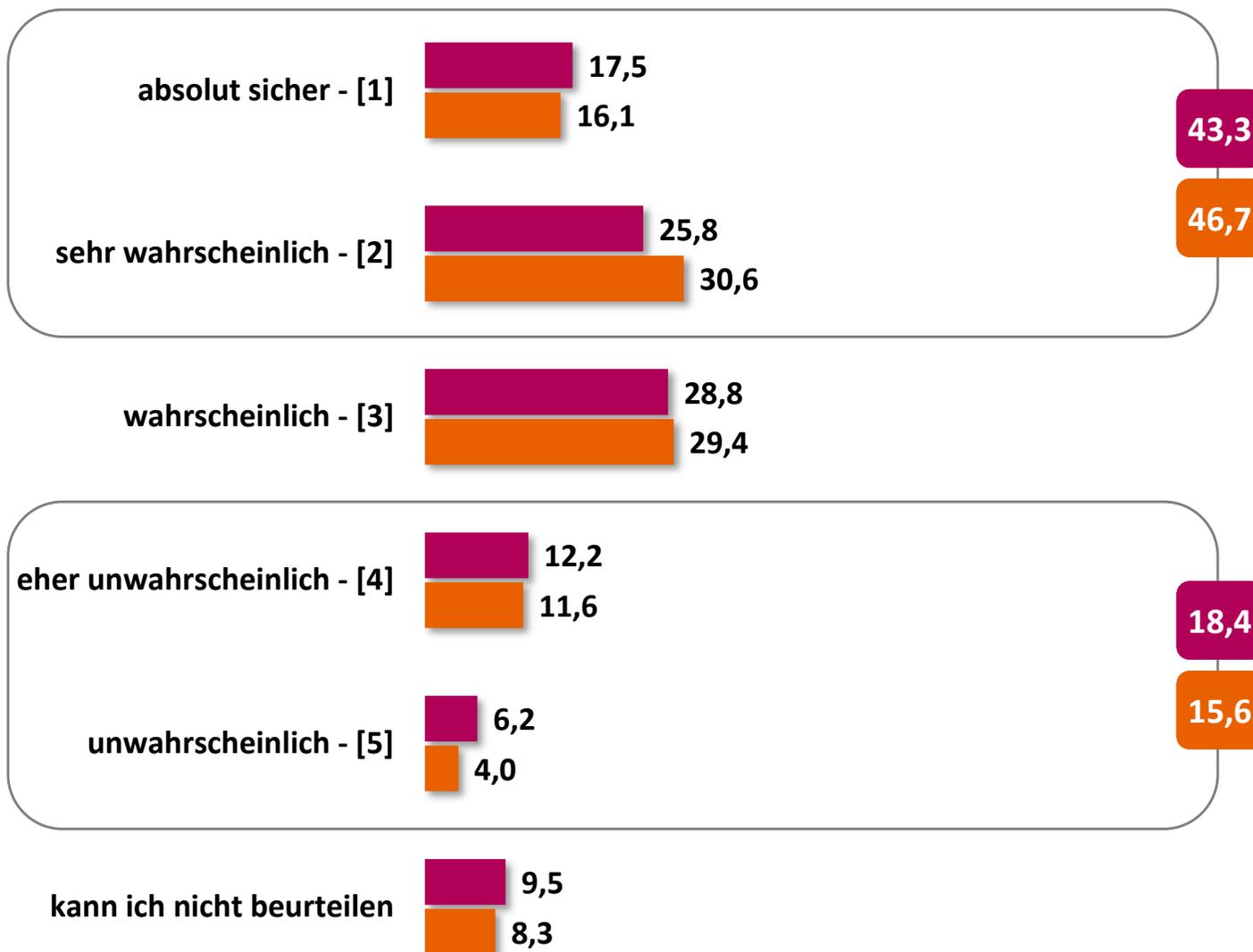
Angaben in %

## Zufriedenheits-Bindungs-Tableau

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



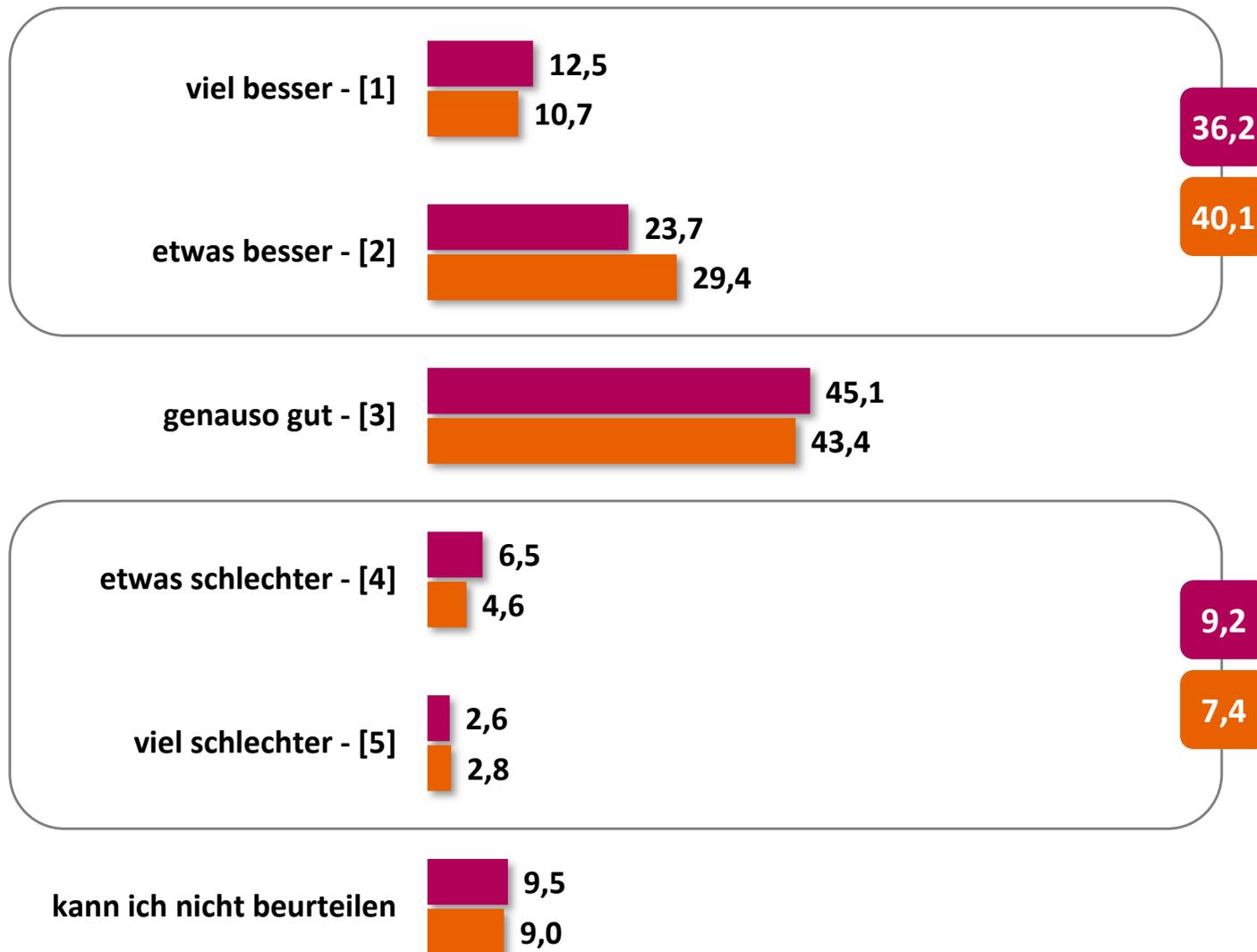
## Weiterempfehlungsquote



Frage 32: 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 %

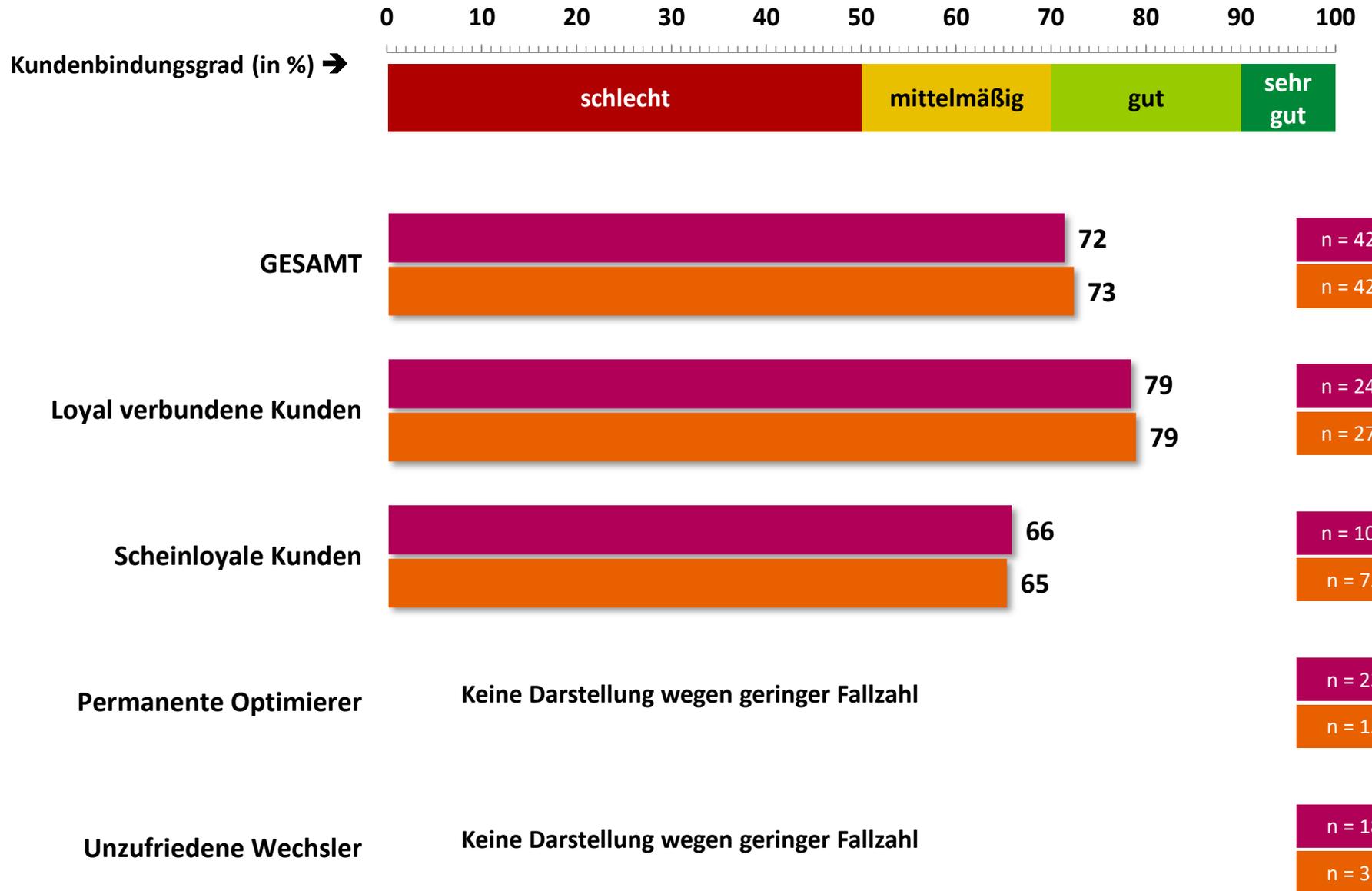
# Erdgasversorger im Vergleich



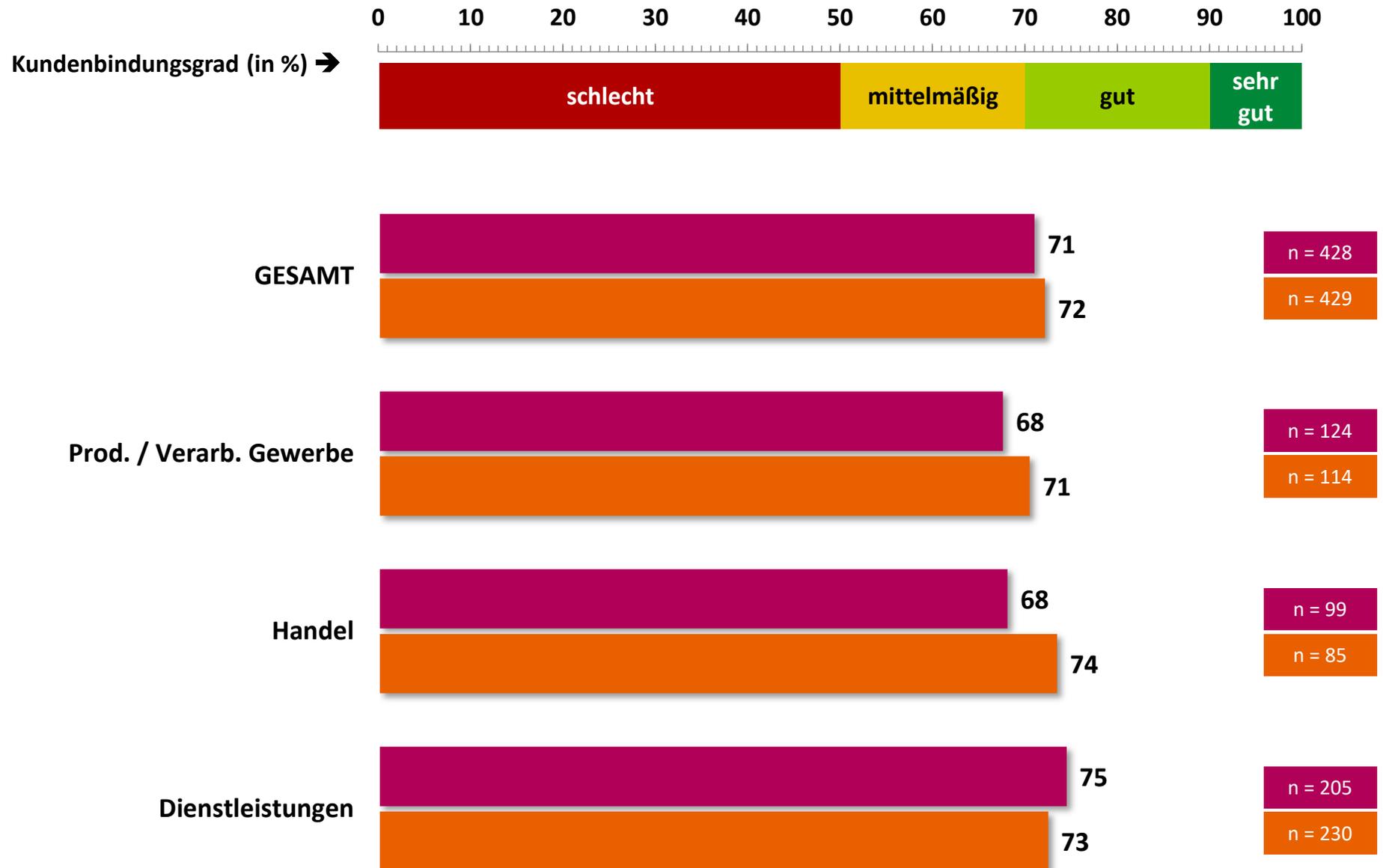
Frage 33: Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

Angaben in %

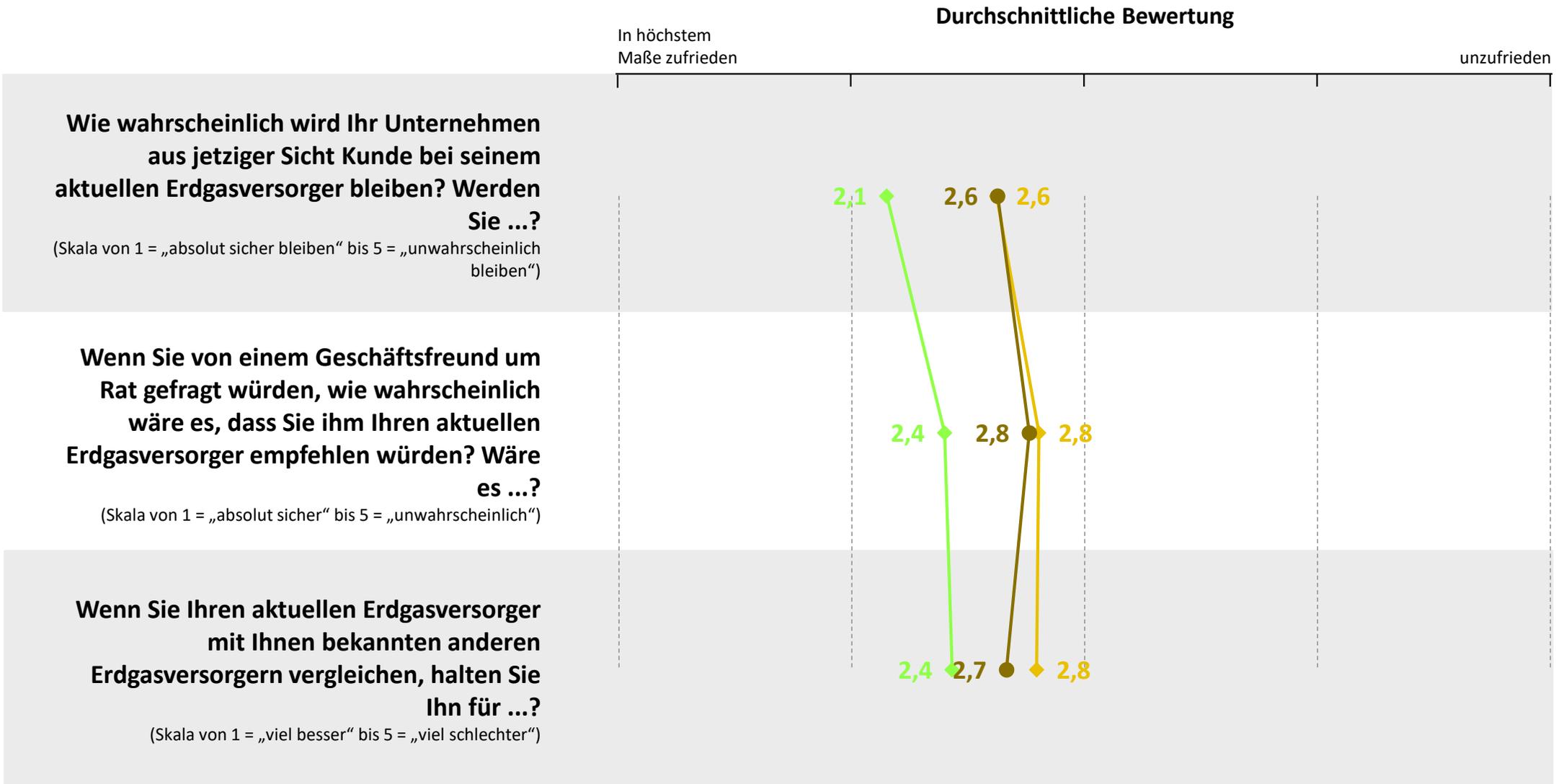
# Kundenbindungsindex – Erdgas



# Kundenbindungsindex – Erdgas – Differenziert nach Branchen



# Aspekte des Wettbewerbs in der Erdgaswirtschaft – Differenziert nach Branchen



Durchschnittswerte

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

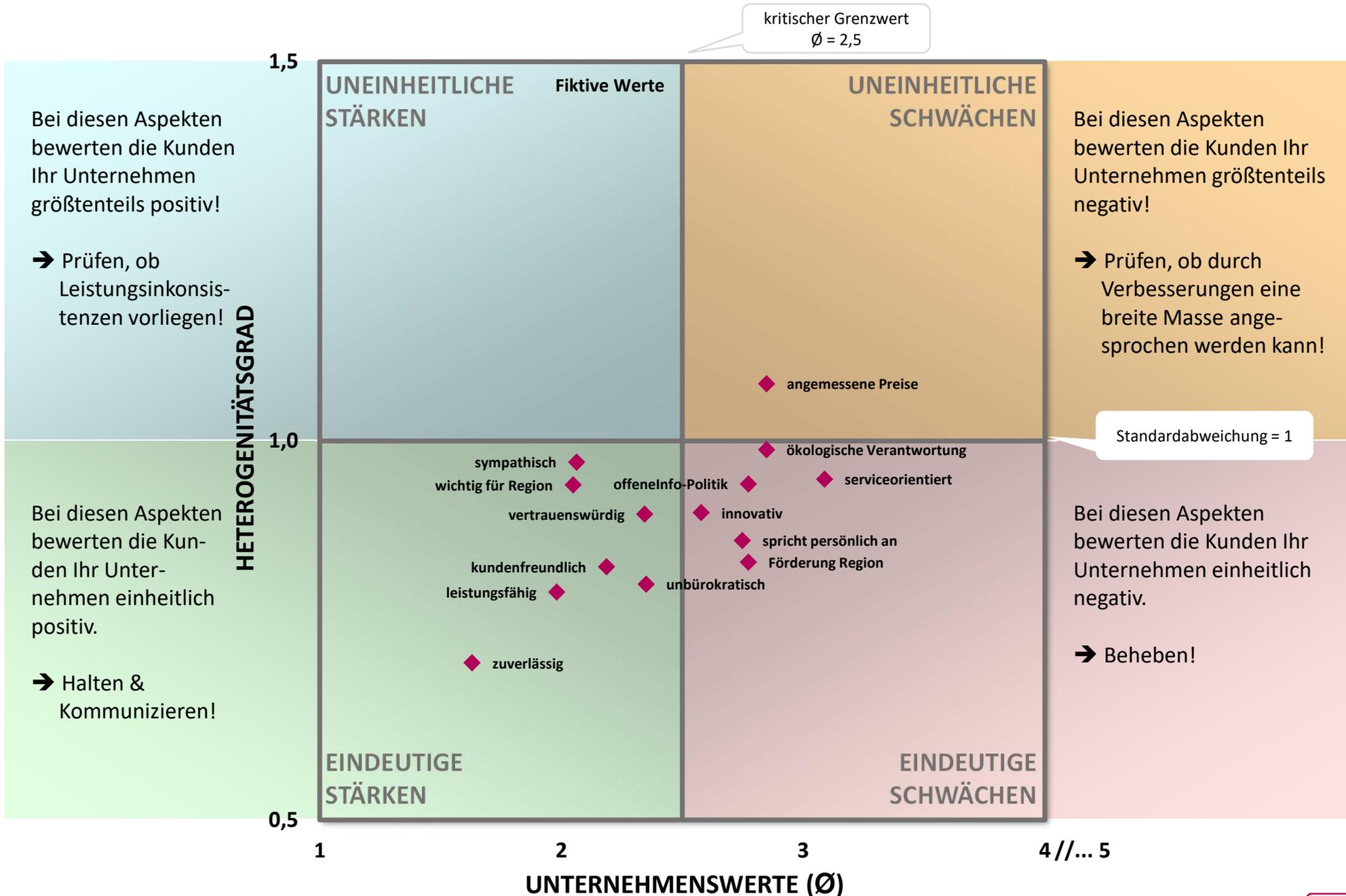
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

## **Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU**

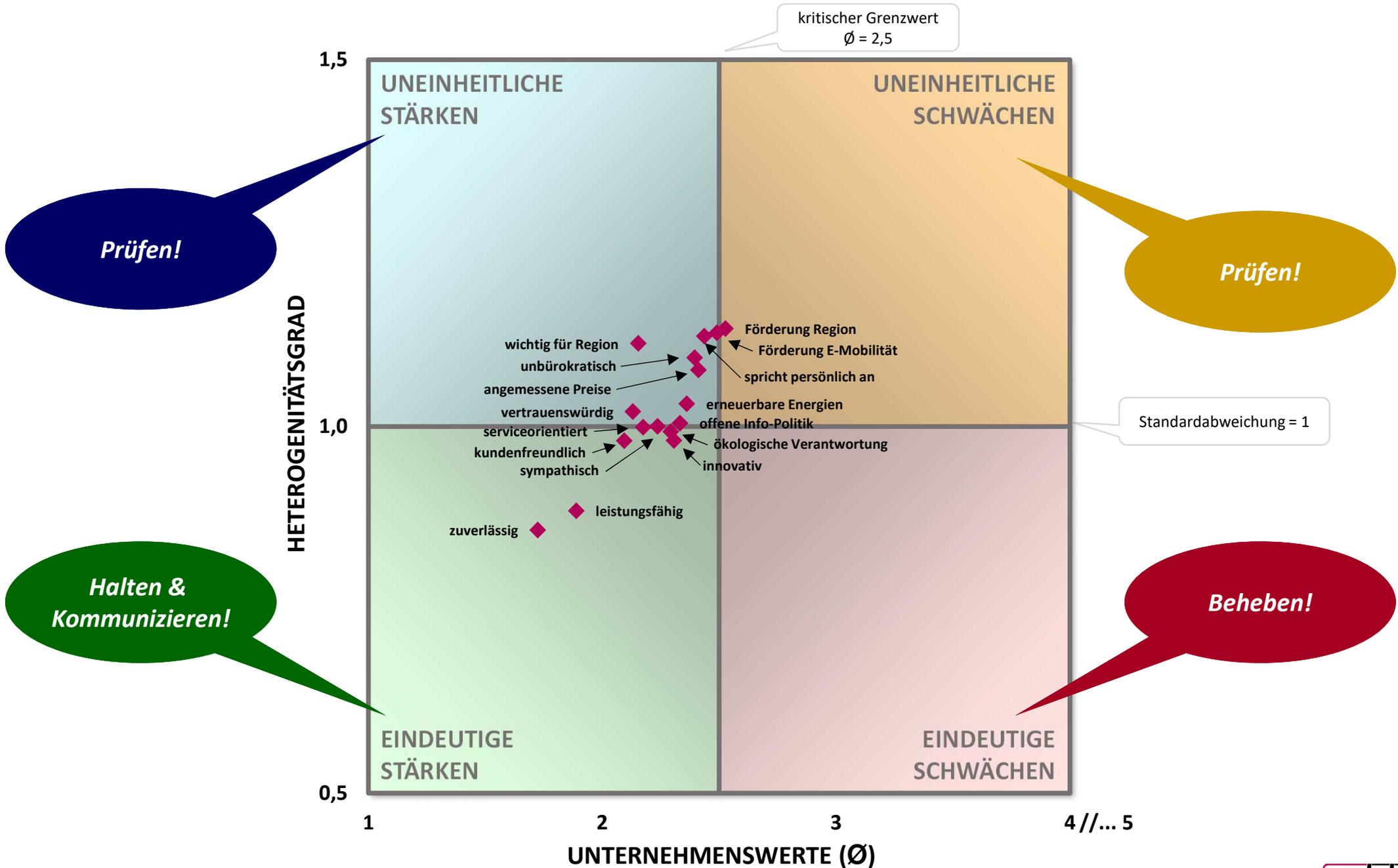
Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

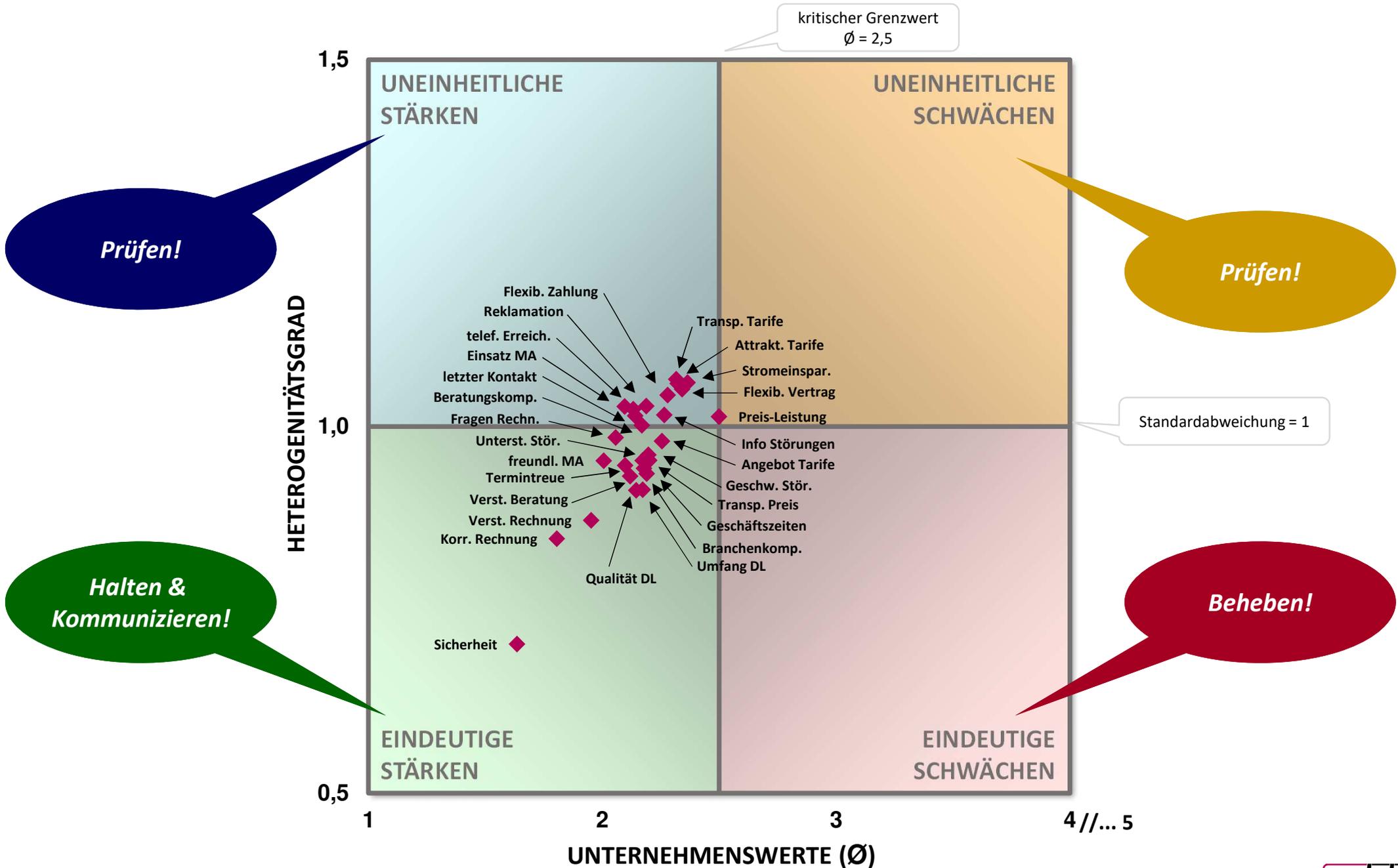
# Branchen-Check „Energieversorger“ – Erläuterung



# Branchen-Check „Energieversorger“ – Unternehmensimage



# Branchen-Check „Energieversorger“ – Kundenzufriedenheit



Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

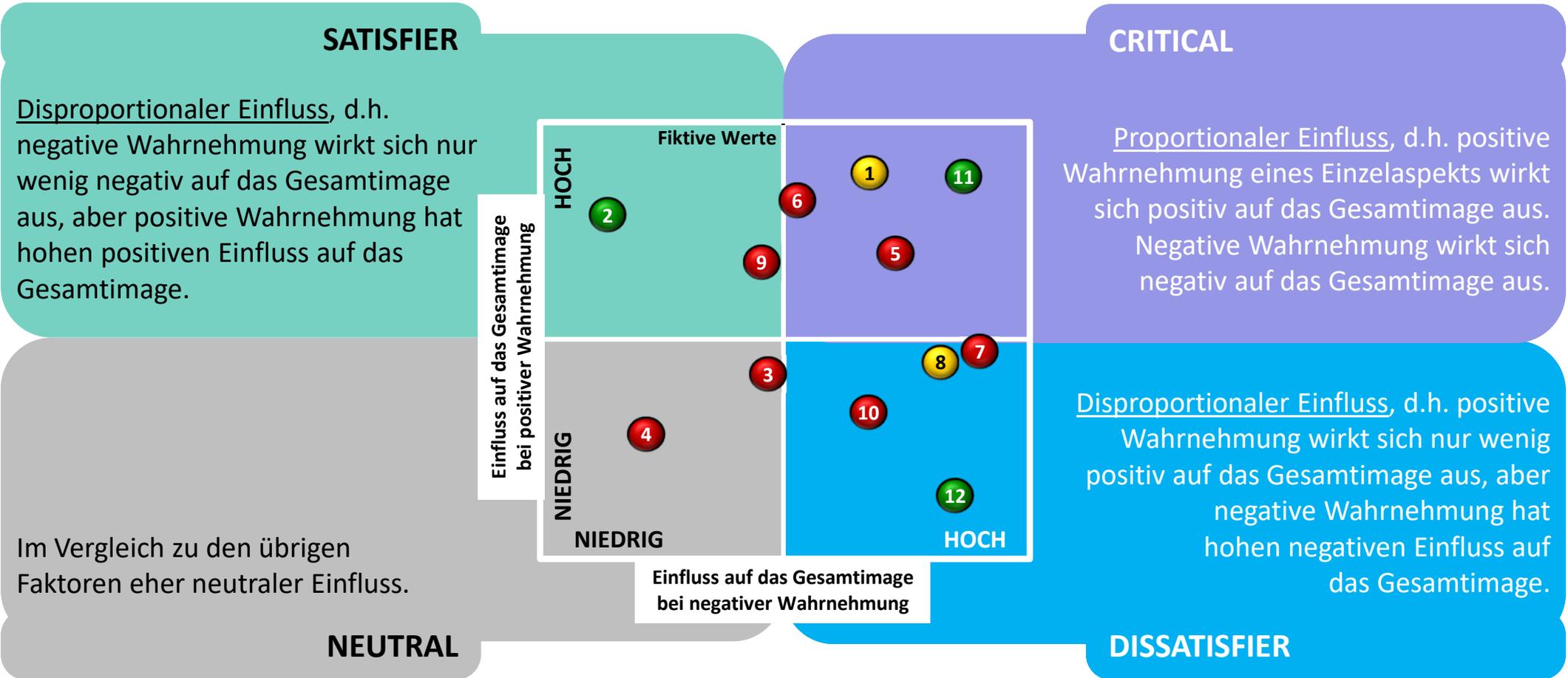
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

## 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:



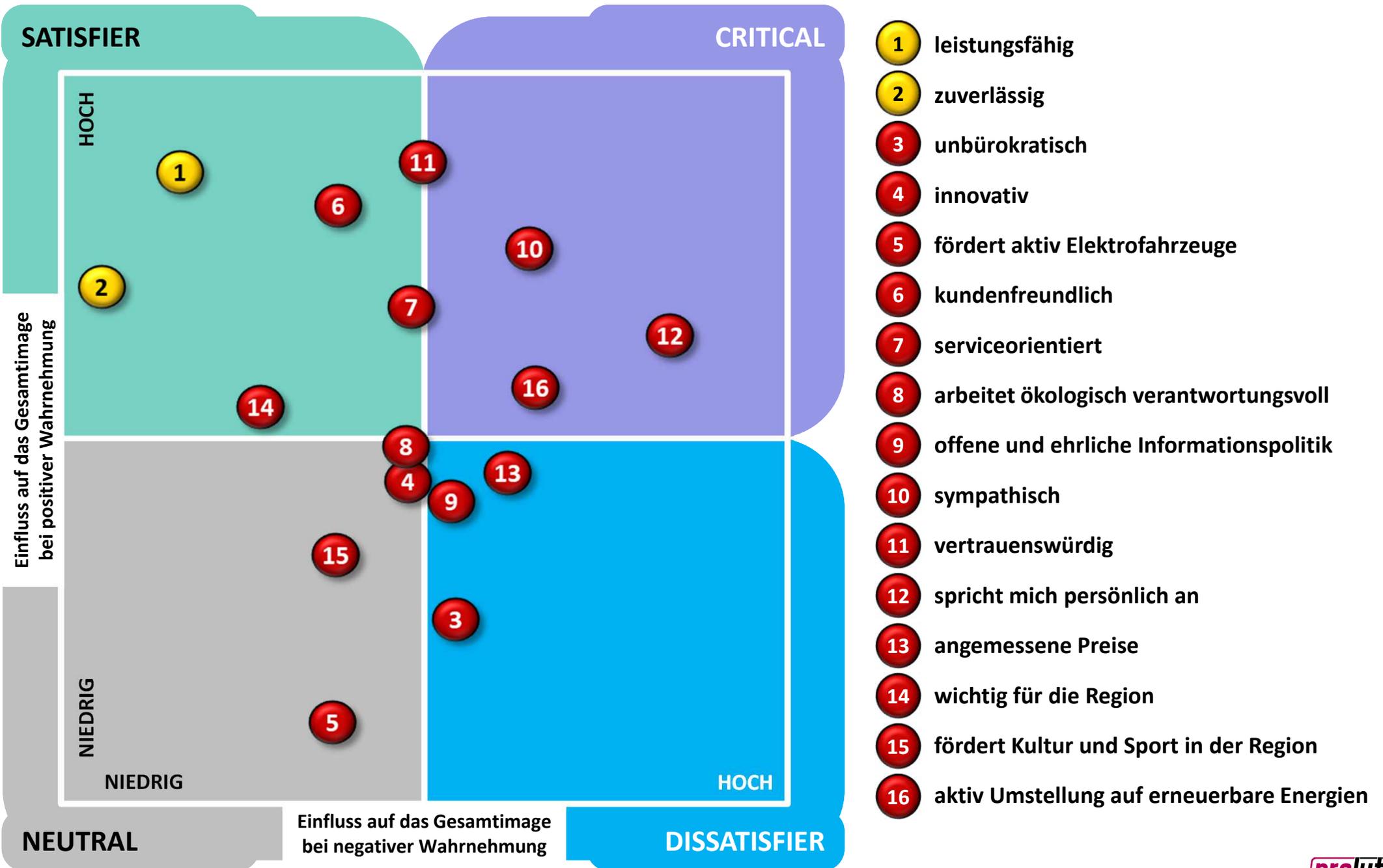
●●● „gut“ Top-2-Notenanteil > 75% und Bottom-2-Notenanteil < 5%

●●● „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 – Handlungshinweise Image

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

### 1. CRITICAL

1. spricht mich persönlich an 
2. vertrauenswürdig 
3. sympathisch 
4. aktiv Umstellung auf erneuerbare Energien 

### 2. DISSATISFIER

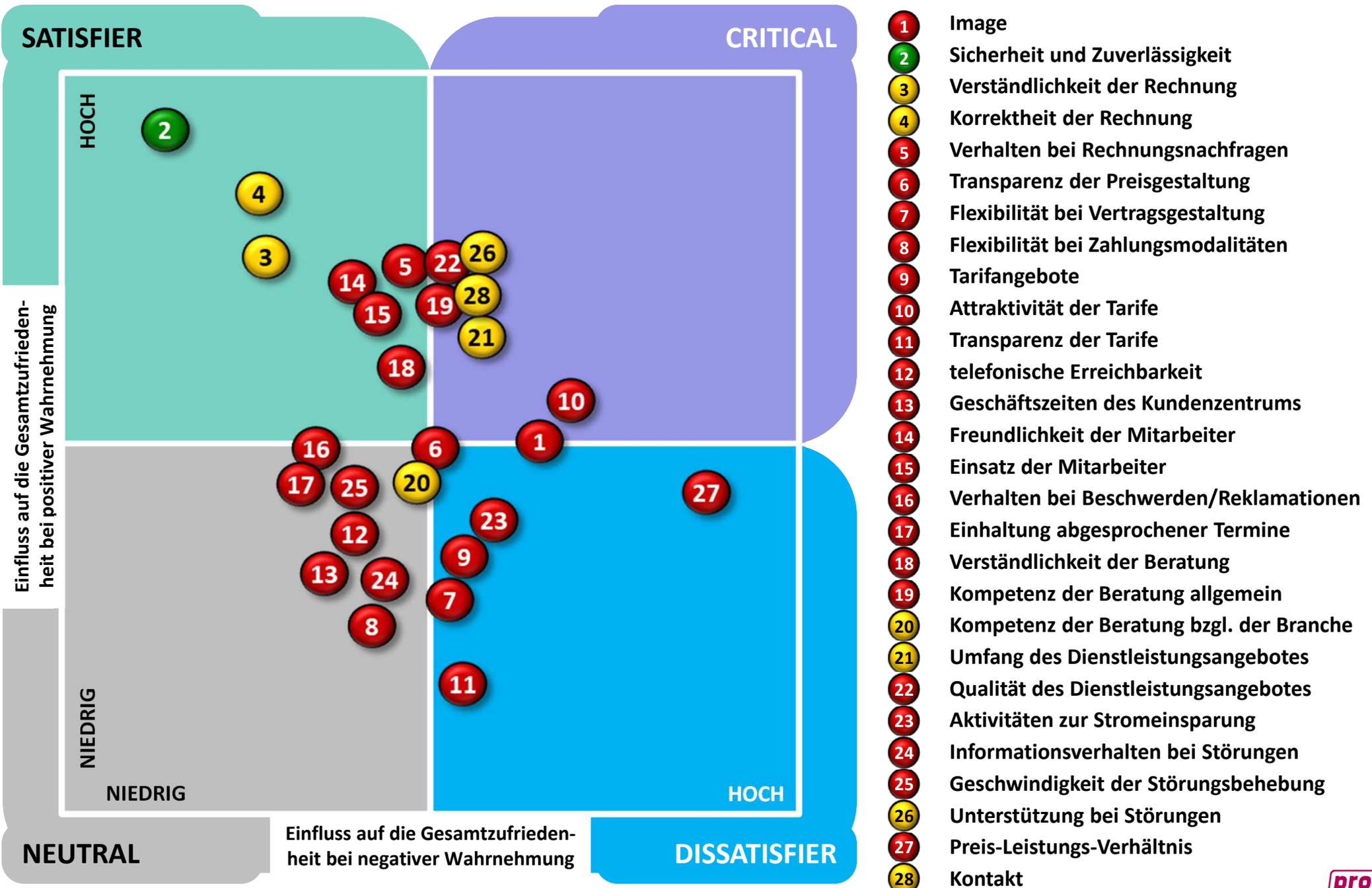
1. unbürokratisch 
2. angemessene Preise 
3. offene und ehrliche Informationspolitik 

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

### 3. SATISFIER

1. kundenfreundlich 
2. serviceorientiert 
- 3 wichtig für die Region 

# Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit



## 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. Attraktivität der Tarife              |  |
| 2. Qualität des Dienstleistungsangebotes |  |
| 3. Kompetenz der Beratung allgemein      |  |
| 4. Unterstützung bei Störungen           |  |
| 5. Kontakt                               |  |
| 6. Umfang des Dienstleistungsangebotes   |  |

### 2. DISSATISFIER

- |  |  |
|--|--|
| 1. Preis-Leistungs-Verhältnis          |  |
| 2. Transparenz der Tarife              |  |
| 3. Flexibilität der Vertragsgestaltung |  |
| 4. Aktivitäten zur Stromeinsparung     |  |
| 5. Tarifangebote                       |  |
| 6. Image                               |  |
| 7. Transparenz der Preisgestaltung     |  |

„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

- |  |  |
|--|--|
| 1. Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen |  |
| 2. Einsatz der Mitarbeiter                 |  |
| 3. Freundlichkeit der Mitarbeiter          |  |
| 4. Verständlichkeit der Beratung           |  |

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

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-Sawerbelunden  
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



## STANDARDFRAGEBOGEN – JAHRGANG 2020/2021

Der vorliegende Fragebogen ist auf eine Interviewdauer von ca. 20 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. 20 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

Änderungen/Ergänzungen sind blau markiert

## SCREENING

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

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

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

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

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

- 1 alleinverantwortlich
- 2 mitverantwortlich
- 3 keine Angabe



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Sawerbelunden  
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



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

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

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

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

Quotenvorgaben sind zu beachten!!

SWI 1 Würden Sie mir bitte Ihre Postleitzahl nennen?

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

- 1 ja
- 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.

1 ja  
 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

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

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

SWI 9.1 Hat der Wechsel innerhalb des letzten Jahres stattgefunden?

1 ja  
 2 nein  
 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?

1 ja  
 2 nein  
 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

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

**INFORMATIONSVHALTEN ENERGIEVERSORGUNG**

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

**Interviewer:** Antworten vorlesen, zutreffende Antwort auswählen

1 mindestens ein Mal pro Monat  
 2 alle 2 bis 3 Monate  
 3 alle 4 bis 6 Monate  
 4 ein Mal pro Jahr  
 5 seltener als ein Mal pro Jahr  
 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

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

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

**Frage 6** Haben Sie sich schon einmal die Social Media-Präsenzen Ihres Stromversorgers angesehen? Gemeint sind Facebook, Twitter, Instagram usw..

**Interviewer:** Antworten nicht vorlesen, Mehrfachnennungen möglich

- 1 ja, Facebook
- 2 ja, Twitter
- 3 ja, Instagram
- 4 ja, sonstige, und zwar \_\_\_\_\_
- 5 nein, nichts davon

**Frage 7** Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] in letzter Zeit erinnern?

- 1 ja
- 2 nein..... → Frage 8

**Frage 7.1** Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] gehört, gesehen oder gelesen?

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

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

**Frage 7.2** 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 8** 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 9** 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
- 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 10** 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
- Nachfrage: Handelt es sich um ein vollelektrisches Fahrzeug oder ein Plugin-Hybriden

**Frage 11** 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

Fortsetzung Frage 11

- 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 11.1** Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

**Frage 11.2** Hat Ihr Stromversorger Ladestationen für die eigene Garage - sogenannte Wall-boxes - im Angebot?

- 1 ja
- 2 nein
- 3 weiß nicht

**KLIMASCHUTZ**

Im Folgenden geht es das Thema Klimaschutz.

**Frage 12** Als erstes interessiert uns Ihre Einstellung zum Klimawandel. Welche der folgenden Aussagen trifft Ihrer Meinung nach zu?

- 1 der Klimawandel ist hauptsächlich menschengemacht
- 2 der Klimawandel ist hauptsächlich ein natürliches Phänomen
- 3 der Klimawandel ist gleichermaßen menschlich verursacht und ein natürliches Phänomen
- 4 weiß nicht/keine Angabe

**Frage 13** Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zu Ihrem Energieversorger auf einer Skala von 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“. Mein Stromversorger ...

- investiert in fortschrittliche Projekte für den Klimaschutz
- nimmt den Klimaschutz sehr ernst
- engagiert sich für den Klimaschutz
- handelt als Energieversorger im Klimaschutz vorbildlich

**Frage 14** Bietet Ihr Stromversorger neben anderen Tarifen auch einen Ökostrom-Tarif an oder bietet er ausschließlich Ökostrom an?

- 1 Ja, neben anderen Tarifen auch Ökostrom ..... → Frage 14.1 Frage 15
- 2 Ja, ausschließlich Ökostrom ..... → Frage 15
- 3 nein ..... → Frage 17
- 4 weiß nicht ..... → Frage 17

**Frage 14.1** Beziehen Sie selbst den Ökostrom-Tarif Ihres Stromversorgers?

- 1 ja
- 2 nein

**bdew** Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden  
Energie. Wissen. Leben. Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie

**prolytics**

Frage 15 Wie beurteilen Sie die Qualität des Ökostromangebotes Ihres Stromversorgers im Vergleich zu Ökostromangeboten anderer Versorger? Ist das Angebot Ihres Versorgers ...

1 besser  
 2 genauso gut  
 3 schlechter  
 4 weiß nicht ..... → Frage 17

---

Frage 16 Bitte begründen Sie Ihre Antwort.

---

Frage 17 Im Folgenden nenne ich Ihnen noch einmal einige Aussagen zum Ökostromangebot Ihres Stromversorgers. Bitte sagen Sie mir, welche der Aussagen zutreffen (1) und welche nicht (2).

) der Ökostrom wird von meinem Stromversorger selbst produziert  
 ) der Ökostrom ist deutlich teurer, als normaler Strom  
 ) der Ökostrom ist genauso teuer oder günstiger, als normaler Strom  
 ) das Ökostrom-Angebot ist glaubwürdig

---

Frage 18 **NUR NICHT-ÖKOSTROMKUNDEN (Frage SWI 11)**  
 Wären Sie bereit, die aus der klimafreundlicheren Stromerzeugung resultierenden etwas höheren Stromkosten zu bezahlen?

1 ja  
 2 nein  
 3 weiß nicht

---

Frage 19 Sollten Energieversorger bereits vor dem beschlossenen Kohleausstieg im Jahr 2038 auf den Verkauf von Kohlestrom verzichten und nur noch Ökostrom verkaufen?

1 schon vorher darauf verzichten  
 2 bis 2038 auch Kohlestrom verkaufen  
 3 weiß nicht

---

**KONTAKTE ZUM EVU**

Frage 20 Haben Sie einen festen Ansprechpartner bei Ihrem Energieversorgungsunternehmen [Einblendung SWI 2]?

1 ja  
 2 nein

**bdew** Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Gewerbekunden  
Energie. Wissen. Leben. Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie

**prolytics**

Frage 21 Haben Sie sich schon einmal mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Energieversorger [Einblendung SWI 2] gewandt?

Interviewer: Mehrfachnennung

1 ja, mit Anfrage ..... → Frage 21.1 oder Frage 21.2  
 2 ja, mit Beschwerde ..... → Frage 21.1 oder Frage 21.2  
 3 ja anderer Kontaktgrund ..... → Frage 21.1 oder Frage 21.2  
 4 nein, noch nie ..... → Frage 22  
 bei Mehrfachnennung → Frage 21.1 sonst Frage 21.2

---

Frage 21.1 Handelte es sich bei Ihrem letzten Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?

1 Beschwerde  
 2 Anfrage  
 3 anderer Kontaktgrund

---

Frage 21.2 **(Bei Mehrfachnennung 0: 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?

1 telefonisch  
 2 schriftlich  
 3 persönlich  
 4 über Internet  
 5 per E-Mail  
 6 über soziale Netzwerke, z.B. Facebook

---

Frage 21.3 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 21.4 **NUR BEI ERDGASBEZUG UND WENN IDENTISCH MIT STROMVERSORGER:** Ging es bei Ihrem letzten Kontakt um Ihre Strom- oder Erdgasversorgung?

1 Stromversorgung  
 2 Erdgasversorgung

---

Frage 21.5 Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

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

1 Inanspruchnahme einer allgemeinen Energiesparberatung  
 2 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung  
 3 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien  
 4 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen  
 5 Beantragung einer Förderung  
 6 neuen Vertrag/Tarif abschließen



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Sewerbetunden  
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



- 7 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung
- 8 Fragen zur Rechnung
- 9 Fragen zu Tarifen
- 10 Rechnungsreklamation
- 11 Reklamation einer speziellen Leistung
- 12 Störung allgemein
- 13 Vertragsverhandlung
- 14 Strom-/Gaszählerangelegenheiten
- 15 Reparatur/Installation
- 16 Abschlagsänderung
- 17 Zählerstandsmeldung/Mitteilung
- 18 Produktinformation
- 19 Allg. Unternehmensinformation
- 20 Beschwerde über den Service von ...
- 21 Preisbeschwerde
- 22 sonstiges, und zwar \_\_\_\_\_
- 23 weiß nicht mehr

Frage 21.6 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 22 | Bewertung 3,4,5 → Frage 21.7

Frage 21.7 Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?

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

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



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Tarif-Sewerbetunden  
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



## GENERELLE ASPEKTE ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

Frage 22 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 22:

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

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

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

**A'POSTERIORI-ZUFRIEDENHEIT**

Frage 24 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 25 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“ → 0 7

- 1 absolut sicher bleiben ..... → 0
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben ..... → 0
- 3 wahrscheinlich bleiben ..... → 0
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 25.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 25.2

Frage 25.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] bleiben?

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

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

→ 0 7

Frage 25.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] wechseln?

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

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

Frage 26 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!

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

Frage 27 Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger [Einblendung SWI 2] mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

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

### ZUFRIEDENHEITSURTEILE ERDGAS

Frage 28 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 29 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!

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

Frage 30 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 31 Wenn Sie sich jetzt Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben? Würden Sie ...?

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

- 1 absolut sicher bleiben ..... → 0
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben ..... → 0
- 3 wahrscheinlich bleiben ..... → 0
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 31.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben ..... → Frage 31.2

Frage 31.1 Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben?

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

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

→ Frage 32

Frage 31.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] wechseln?

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

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

Frage 32 Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Gasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] empfehlen würden? Wäre es ...?

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

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

Frage 33 Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

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

## FIRMOGRAPHIE

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

Frage 34 Welche Position bzw. Stellung nehmen Sie in Ihrem Unternehmen ein?

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

Frage 35 Wie hoch ist der Jahresumsatz Ihres Betriebes (gemeint ist der Nettoumsatz, der an Ihrer Arbeitsstätte erwirtschaftet wird)?

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