

# BDEW Kundenfokus 2022/2023

Repräsentativbefragung bei Gewerbebetrieben im Bundesgebiet



Ergebnisse im Überblick.....	3
Energieversorger in der Öffentlichkeit .....	11
E-Mobilität .....	20
Klimaschutz .....	24
Image und Kundenzufriedenheit .....	28
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft .....	56
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft .....	69
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU .....	81

## 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).

## Fragebogen



### 20 Min.

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

## Stichprobe



### n = 1.040

Die Bruttostichprobe umfasst 1.040 Interviews. Die Stichprobenziehung erfolgte auf Basis der prolytics-Gewerbedatenbank.

## Zeitraum



### Okt. 2022

Die Feldarbeit erfolgte in einem Zeitraum von 4 Kalenderwochen im Oktober 2022.

## Firmografie

in der Stichprobe



**38%** Geschäftsführer\*innen



**41%** >5 Mitarbeitende



**45%** Gashnutzer\*innen

**Die Struktur der Stichprobe entspricht der Verteilung im Bundesgebiet.**



## Image

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



## Zufriedenheit

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



## Kundenbindung

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



## Wahrnehmung

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



## E-Mobilität

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



## Klimaschutz

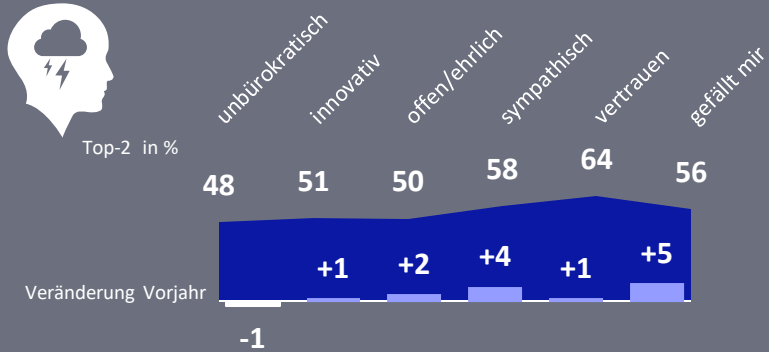
Zentrale Themen sind die Einstellung zum Klimaschutz, die Rolle des Stromversorgers beim Klimaschutz sowie die Bedeutung, Qualitätsbewertung und Nutzung von Ökostrom.

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

# Image der EVU

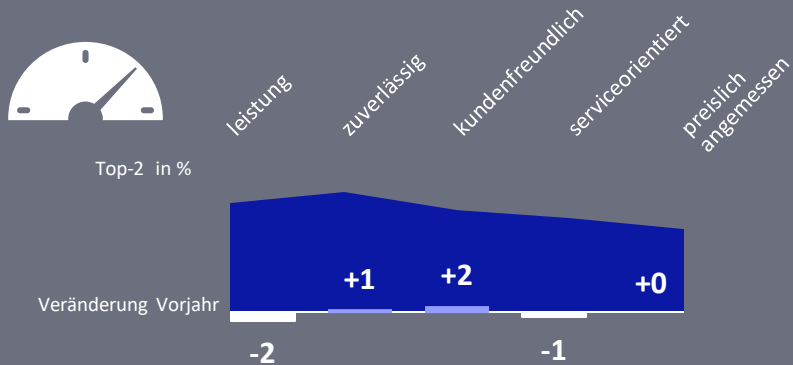
Bei der Imagemessung werden die Bereiche Emotion, Leistung, regionale Verantwortung und Ökologie berücksichtigt. Die Messung erfolgt anhand von 16 Aussagen auf einer fünf-stufigen Skala, wobei der Wert 1 der Aussage voll und ganz zustimmt und der Wert 5 der Aussage überhaupt nicht zustimmt.

## EMOTION



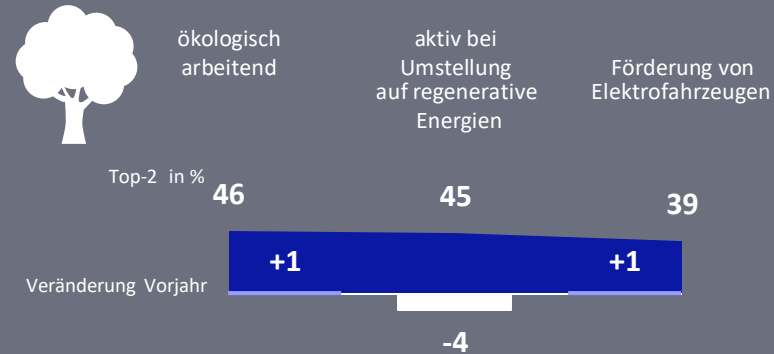
Insgesamt gute Bewertung emotionaler Faktoren, mit leicht positiver Entwicklung.

Leistung ist die absolute Stärke der EVU.



## LEISTUNG

## ÖKOLOGIE



Ökologie als Imagefaktor ist ausbaufähig.

Bedeutung für die Region wird attestiert, aber das Engagement für die Region müsste stärker kommuniziert werden.



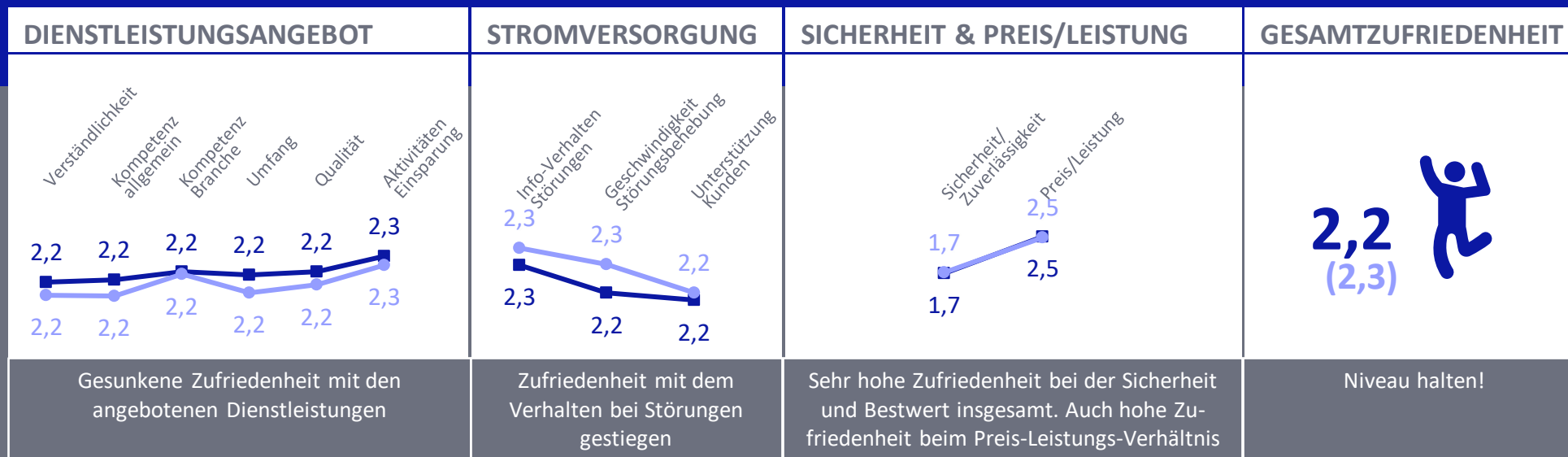
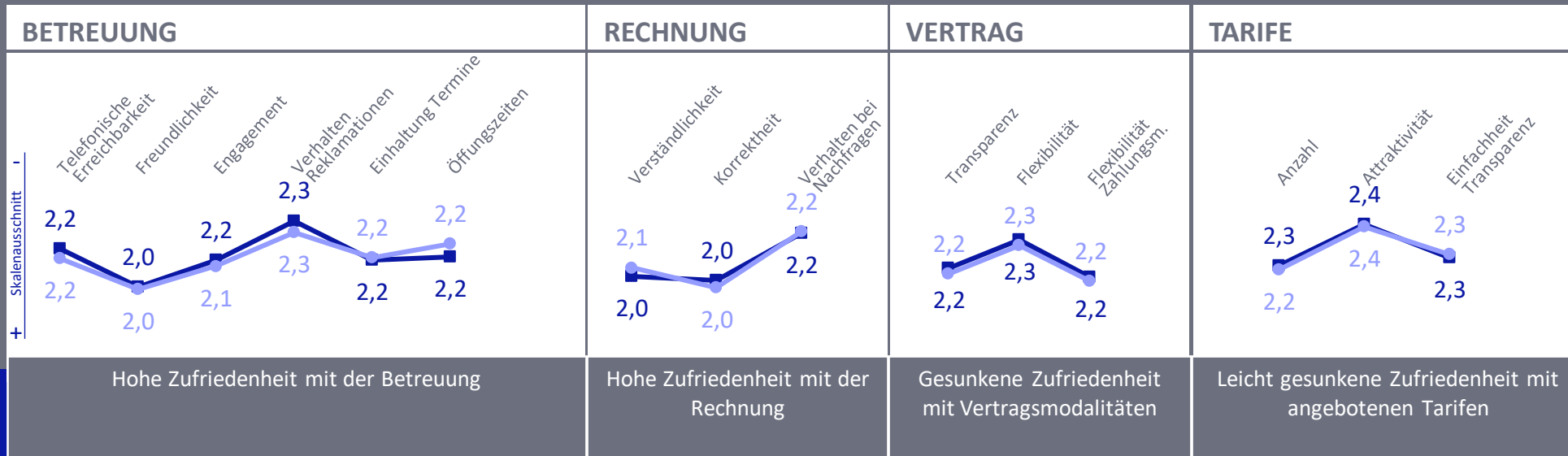
## REGIONALE VERANTWORTUNG

## FAZIT

Das Image der deutschen EVU ist insgesamt positiv. Regionale und ökologische Aspekte werden von den Kunden jedoch häufig nicht wahrgenommen und können als Treiber für ein positives Image ausgebaut werden.

# Kundenzufriedenheit

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 (positiv)“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu (negativ)“ unterzogen.



**FAZIT**

Die Kundenzufriedenheit ist insgesamt auf einem hohen Niveau. In Teilaspekten zeigen sich leicht negative Tendenzen.

2022 2021

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

## ZUFRIEDENHEIT

2,2\*



64% sind mit Ihrem Stromversorger zufrieden. Der Anteil Zufriedener ist im Vergleich zum Vorjahr um 3%-Punkte gestiegen.

## VERBLEIB

2,2\*



58% geben an, sicher bis sehr wahrscheinlich bei Ihrem Stromversorger zu bleiben. Dies stellt eine deutliche Zunahme um 10%-Punkte gegenüber 2021 dar.

## EMPFEHLUNG

2,5\*



48% würden Ihren Stromversorger weiterempfehlen. Gegenüber der Vormessung ist der Anteil um 5%-Punkte gestiegen.

## VERGLEICH

2,4\*



48% halten Ihren Stromversorger für besser als andere ihnen bekannte Stromversorger. Dies entspricht einer Zunahme von 10%-Punkten gegenüber 2021.

73%

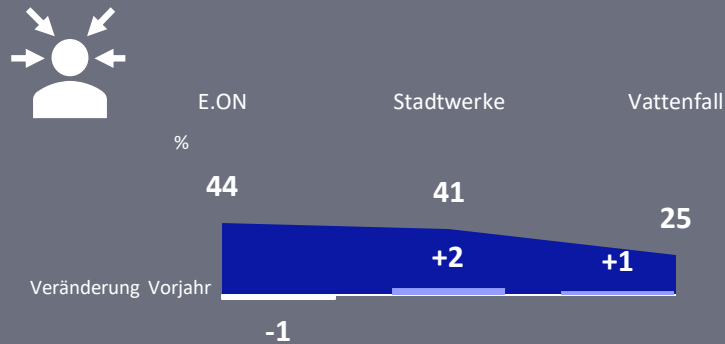


## Kundenbindung gestiegen

Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung positive Veränderungen auf. Der Kundenbindungsindex ist um 2%-Punkte gestiegen und liegt bei 73% (auf einer Skala von 0 bis 100%).

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

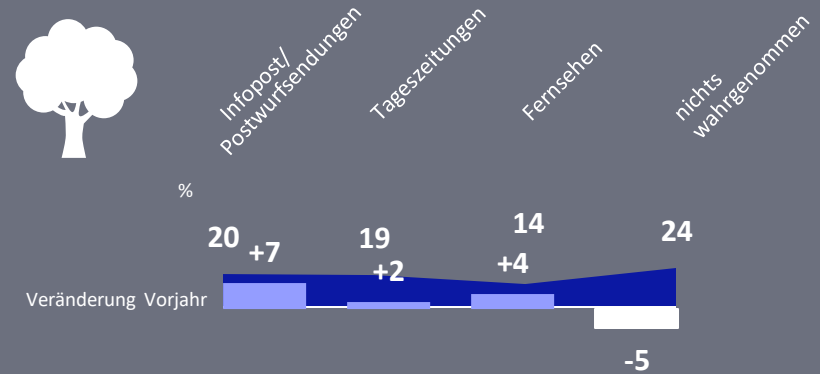
## BEKANNTHEIT



Keine Veränderungen in der Rangfolge

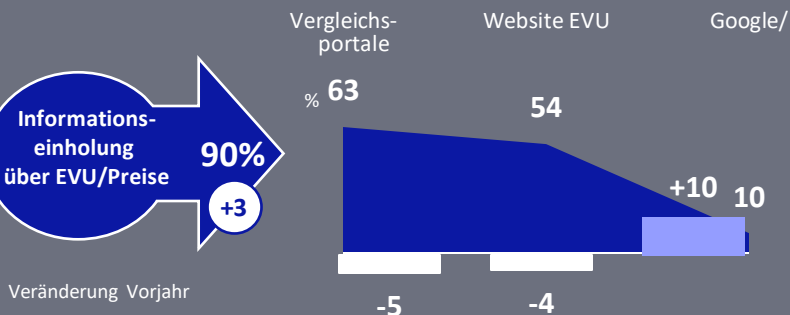
Gestiegene Werbeerinnerung

## WAHRNEHMUNGSQUELLEN



Gestiegene Wahrnehmung, Infopost und Tageszeitungen dominieren

Preisvergleiche sind populär. Internet als Quelle nimmt ab.

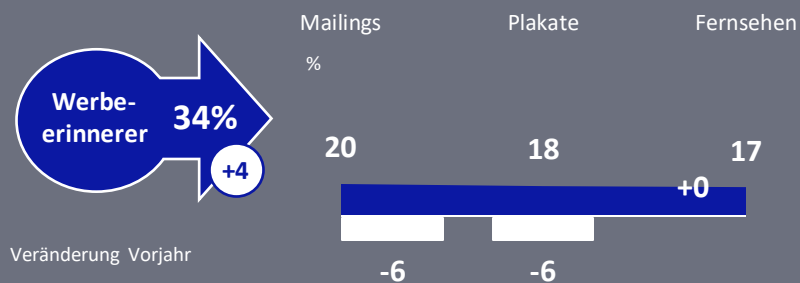


## INFORMATIONSVERHALTEN

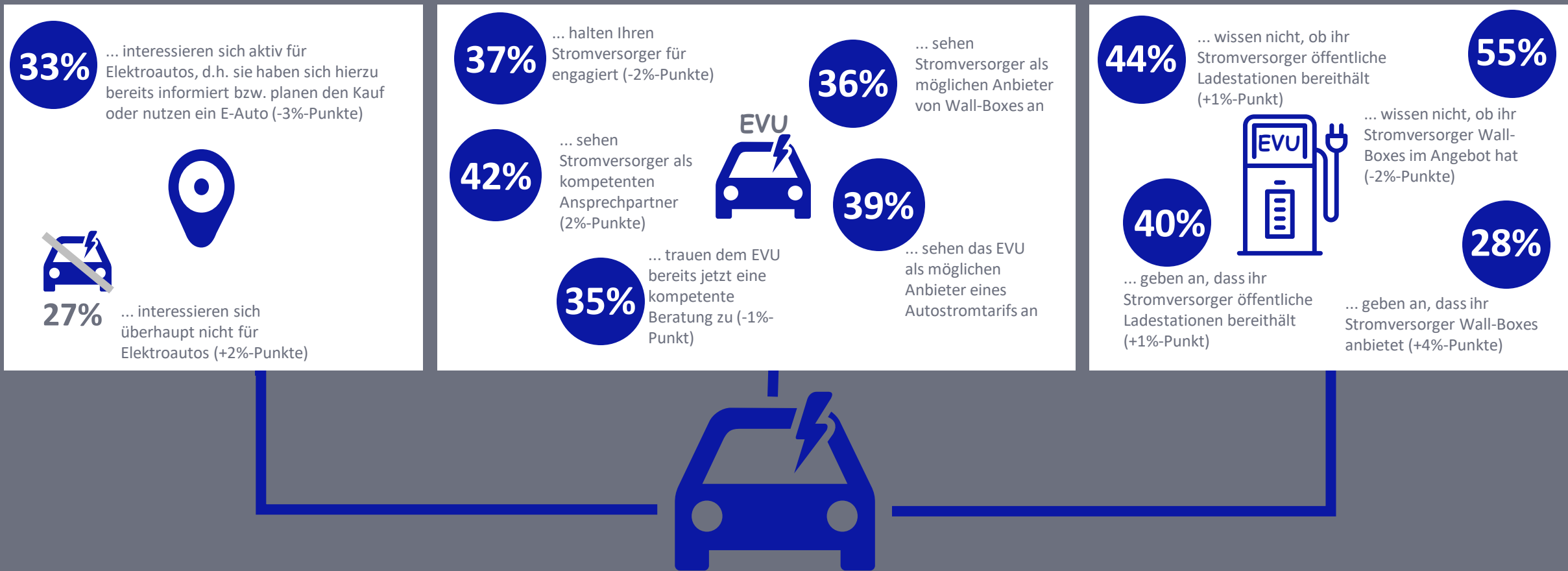
## FAZIT

Insgesamt zeigt sich eine erhöhte Wahrnehmung von EVU in der Öffentlichkeit. Auch die gestiegene aktive Informationseinholung, insbesondere über das Internet, ist das Resultat der gegenwärtigen Marktentwicklung.

## WERBEERINNERUNG







Der Stellenwert des Themas ist nahezu unverändert. Wall-Boxes und Autostromtarife erreichen vergleichsweise hohe Potenziale.

Ursache für den Klimawandel ist aus Sicht von mehr als der Hälfte aller Befragten hauptsächlich das Handeln des Menschen. (+2%-Punkte)

54%



47%

Weniger als die Hälfte der Betriebe wünscht sich einen Verzicht von Kohlestrom schon vor 2038. (-4%-Punkte)

## Engagement der EVU

... geben an, dass der Stromversorger in Klimaschutz-Projekte investiert. (-4%-Punkte)

43%



45%

... glauben, dass ihr Stromversorger den Klimaschutz sehr ernst nimmt. (-2%-Punkte)

44%

... halten den Stromversorger für engagiert im Klimaschutz. (+1%-Punkt)

42%

... sehen das Verhalten des Stromversorgers beim Umweltschutz für vorbildlich an.

**Das Engagement zeigt einen leicht negativen Trend und muss durch Kommunikation stärker im Bewusstsein der Haushalte verankert werden.**

## Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

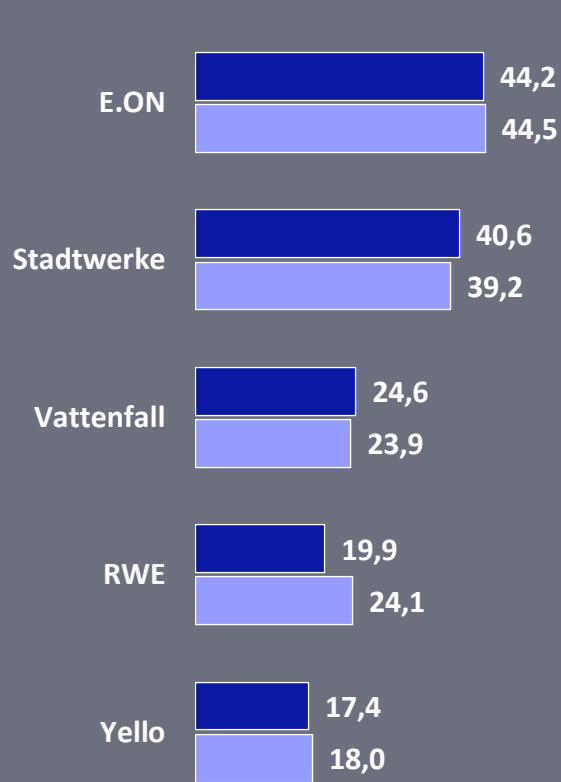
Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

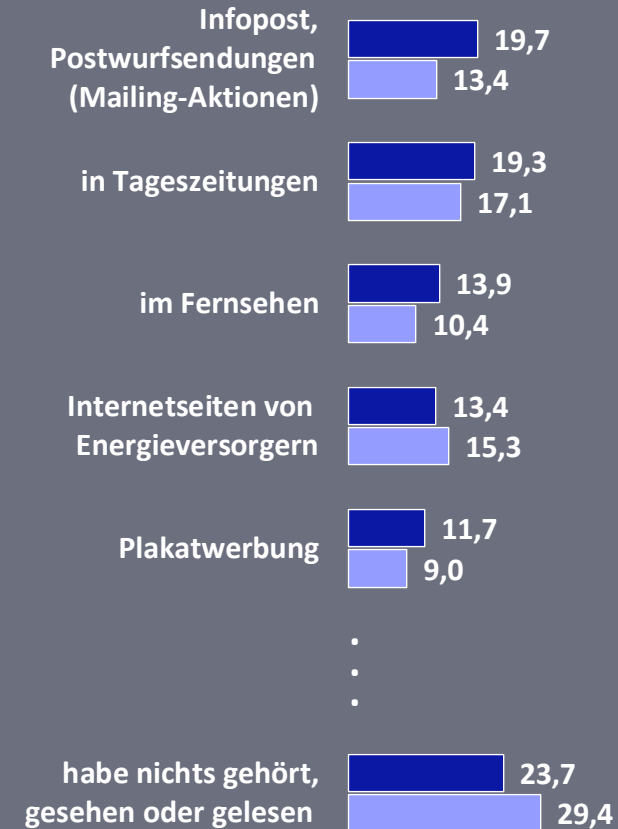
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

# Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

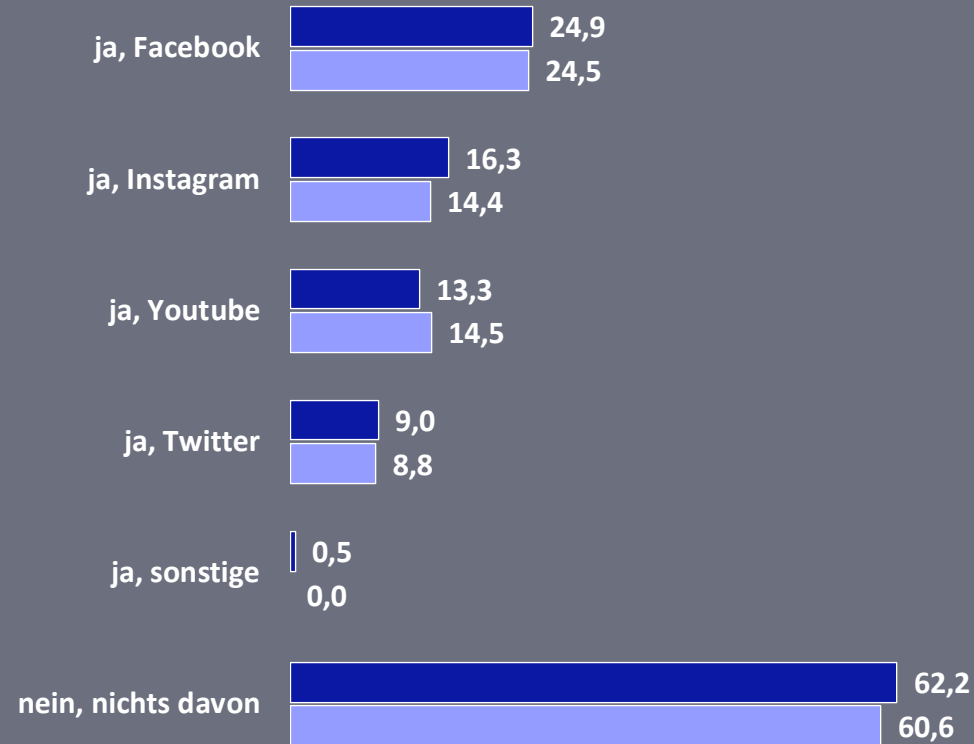


Frage 1: Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein?  
(Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)



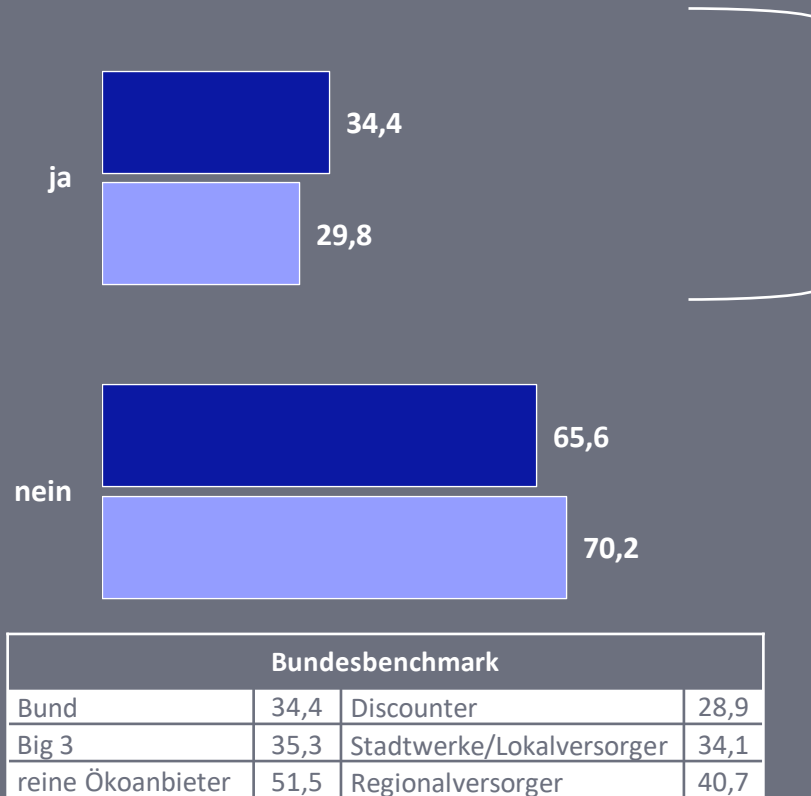
Frage 5: Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen?  
(Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

**Bei der Bekanntheit hat sich die Reihenfolge nicht verändert.  
Die Wahrnehmung der EVU ist gestiegen, vor allem durch Infopost.**

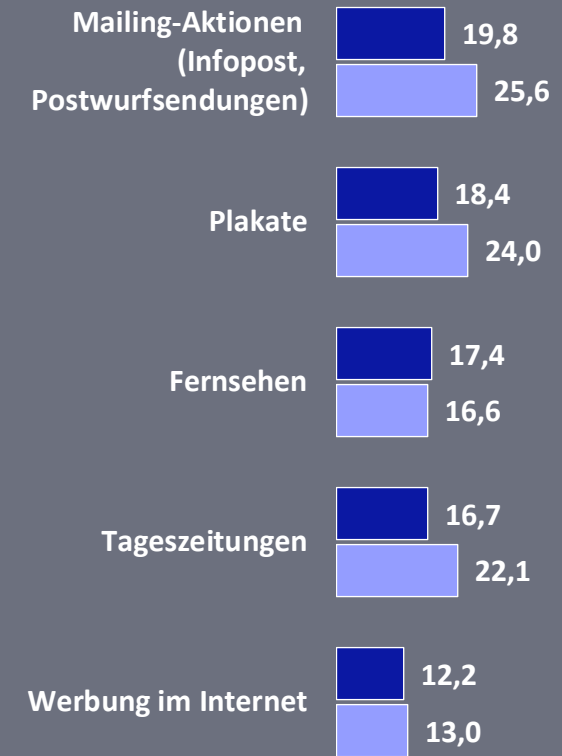


Frage 6: Haben Sie sich schon einmal die Social-Media-Präsenzen Ihres Stromversorgers angesehen? Gemeint sind Facebook, Twitter, Instagram, Youtube usw.. (Mehrfachantwort)

**Mehr als 60% der Befragten nutzen die Social Media Präsenz der EVU nicht.**



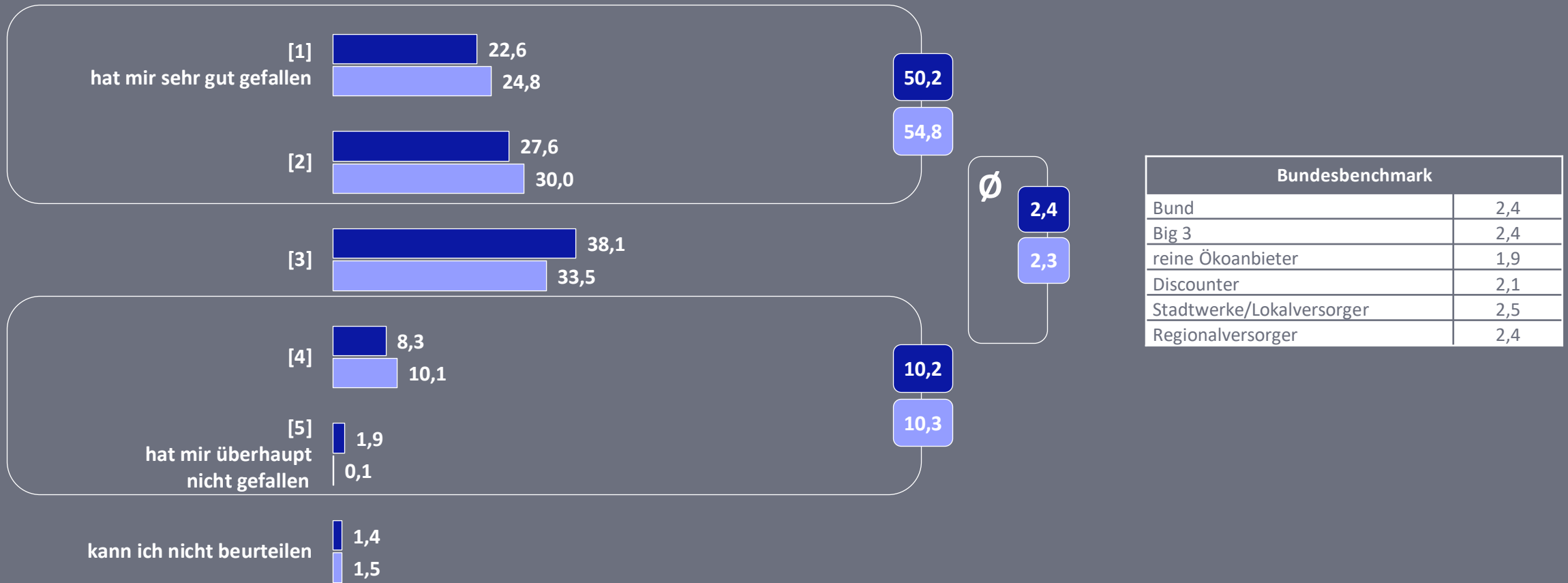
Frage 7: Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers in letzter Zeit erinnern?



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

**Die Werbewahrnehmung ist insgesamt gestiegen, allerdings zeigen die verschiedenen Medien überwiegend rückläufige Tendenzen!**

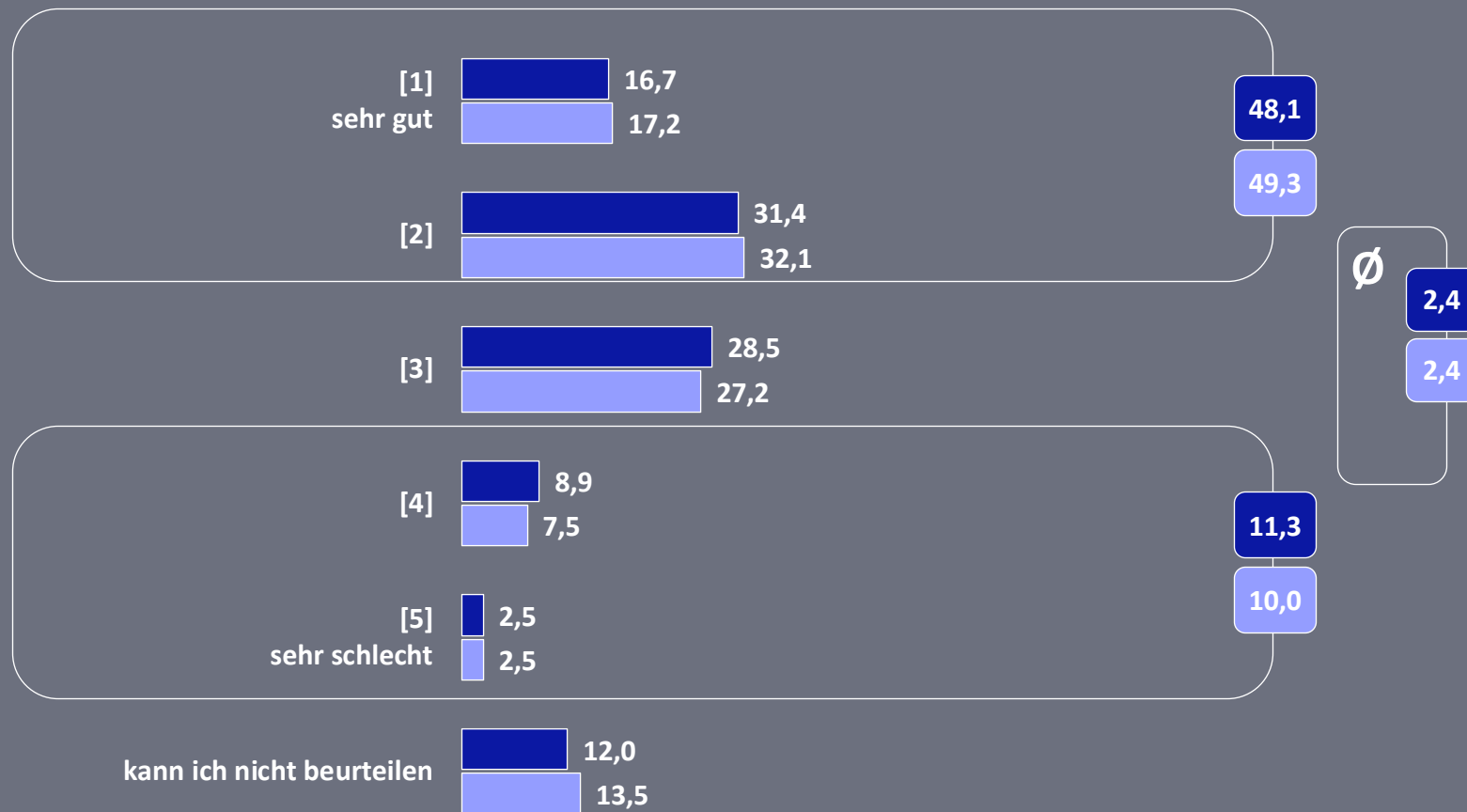
# Bewertung der wahrgenommenen Werbung



Frage 7.2: Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?

**Die wahrgenommene Werbung wird etwas schlechter bewertet.**

# Bewertung des öffentlichen Auftritts

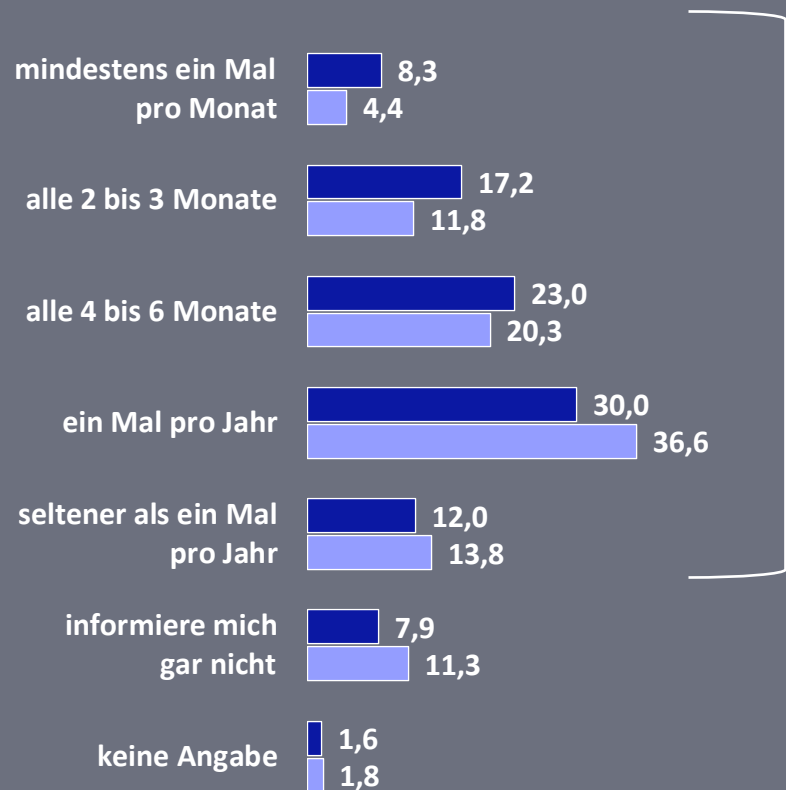


Bundesbenchmark	
Bund	2,4
Big 3	2,4
reine Ökoanbieter	1,7
Discounter	2,2
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,4

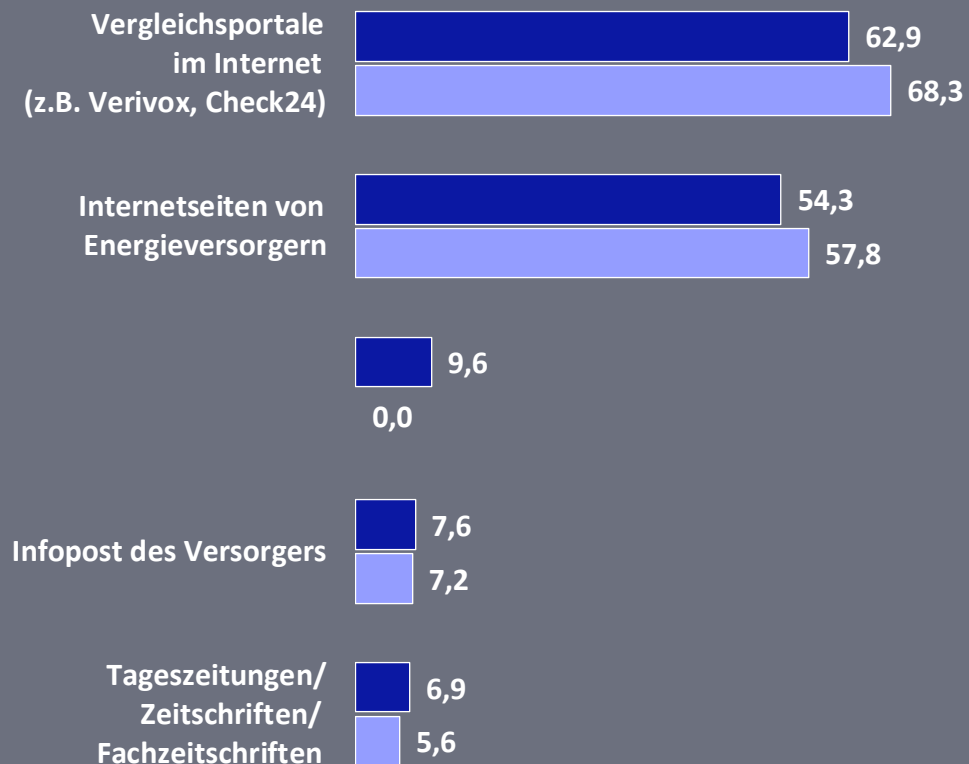
Frage 8: Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers?

**Der öffentliche Auftritt befindet sich nahezu unverändert auf durchschnittlichem Niveau.**



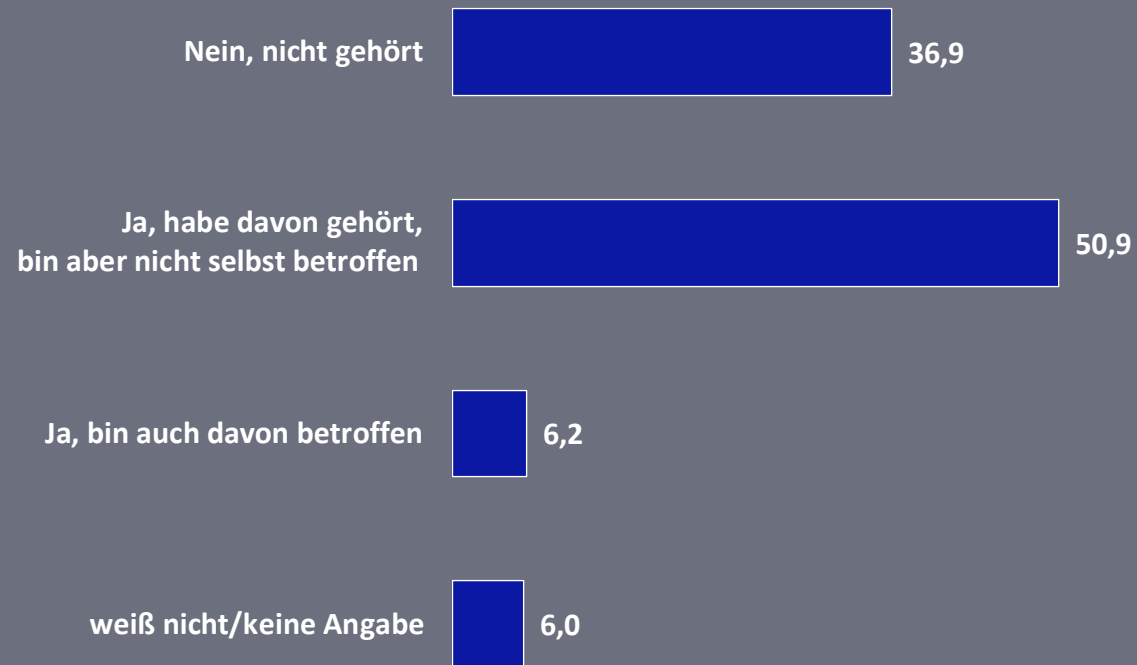


Frage 2: Wie regelmäßig informieren Sie sich über Energieversorger und deren Preise?



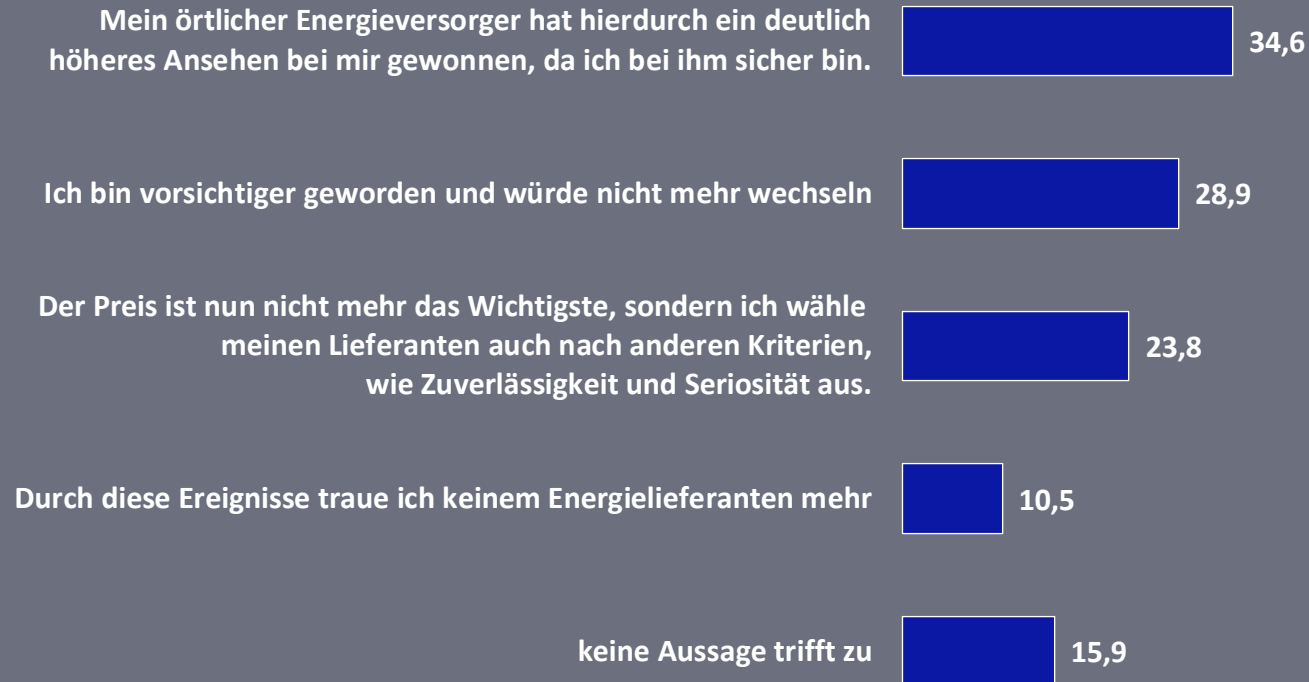
Frage 3: Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich über Energieversorger und deren Preise zu informieren? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

**Die Betriebe informieren sich häufiger und intensiver über Stromversorger und deren Preise; das Internet ist dabei mit großem Abstand die wichtigste Informationsquelle.**



Frage 9: Haben Sie von den Insolvenzen/Pleiten verschiedener Energielieferanten seit dem letzten Jahr schon einmal gehört oder waren Sie sogar selbst davon betroffen?\*

**Knapp 6 von 10 Befragten haben von den Versorgerinsolvenzen gehört, ein kleiner Teil dieser Gruppe war persönlich betroffen.**



Frage 10: Was hat sich für Sie verändert? Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen. Sagen Sie mir bitte, ob diese Aussagen für Sie zutreffen oder nicht?\*

**Lokale Energieversorger sind die „Gewinner“ dieser Situation!**

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

## **E-Mobilität**

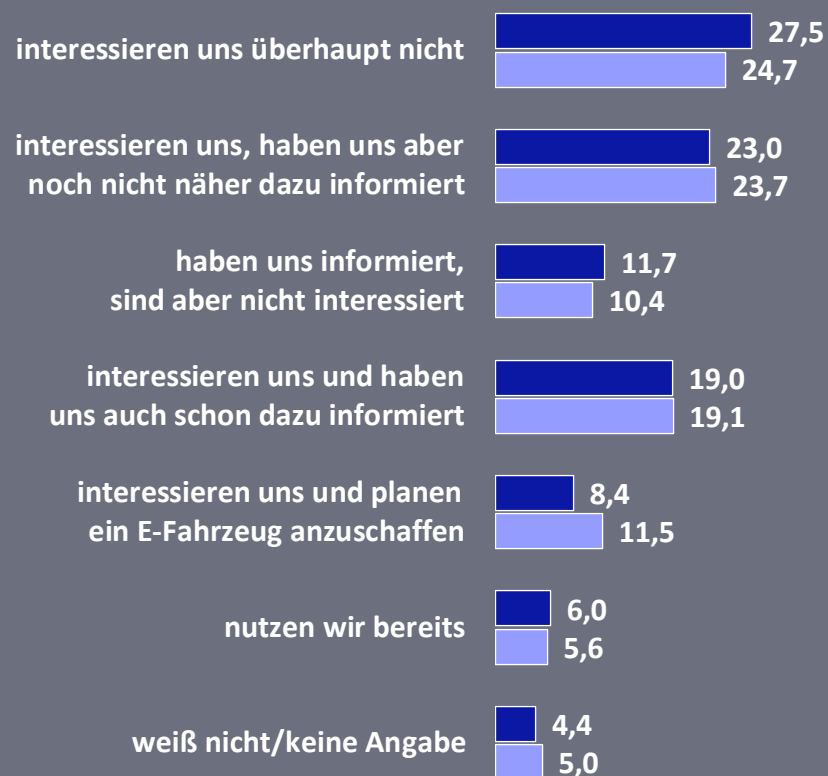
Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU



Interessierte und Informierte:  
n = 347 (33,4%; 2021: 36,2%)

Desinteressiert oder nicht Informierte:  
n = 693 (66,6%; 2021: 63,8%)

	Art des Elektrofahrzeugs	
	Anschaffung geplant (n = 88)	Anschaffung bereits erfolgt (n = 62)
vollelektrisches Fahrzeug	58,4	56,0
PlugIn-Hybrid	31,9	40,2
weiß nicht/keine Angabe	9,6	3,7

Frage 12: Wie interessant ist das Thema E-Mobilität für Ihr Unternehmen? Elektrofahrzeuge ...

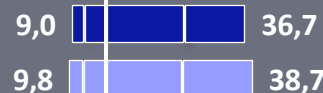
**Das Interesse an Elektromobilität ist nahezu unverändert.**

# Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität

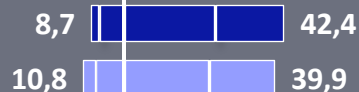
Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes Note 5 | Note 4 | Top-2-Boxes Note 2 | Note 1

**31,0** mein Stromversorger ist im Bereich E-Mobilität/Stromautos bereits sehr engagiert  
**28,9**



**29,5** mein Stromversorger verfügt über die nötige Kompetenz, um bei der E-Mobilität/Stromautos ein Ansprechpartner der Kunden zu sein  
**28,4**



**35,2** mein Stromversorger kann mich bereits jetzt kompetent zum Thema E-Mobilität/Stromautos beraten  
**30,5**



**23,9** ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig Ladeinfrastruktur, also Ladestationen/Ladesäulen für unser Unternehmen, bei meinem Stromversorger zu kaufen  
**--**



**23,8** ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig Autostromtarife für unsere Geschäftswagen bei meinem Stromversorger zu buchen  
**--**

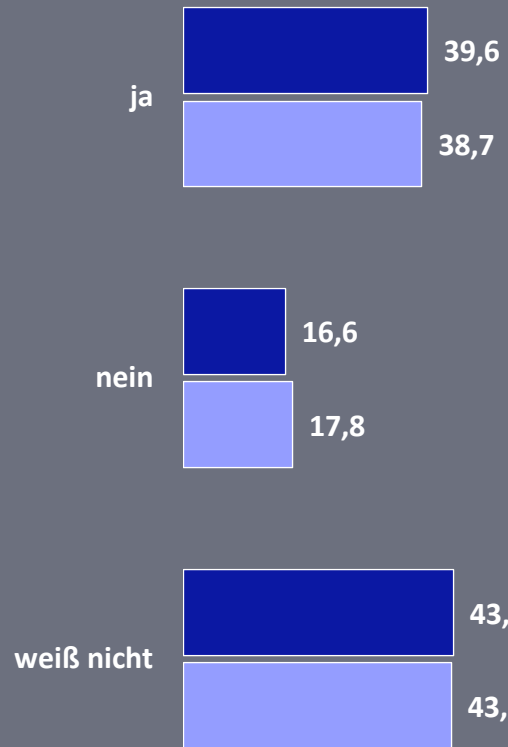


## Mittelwerte/Benchmarks

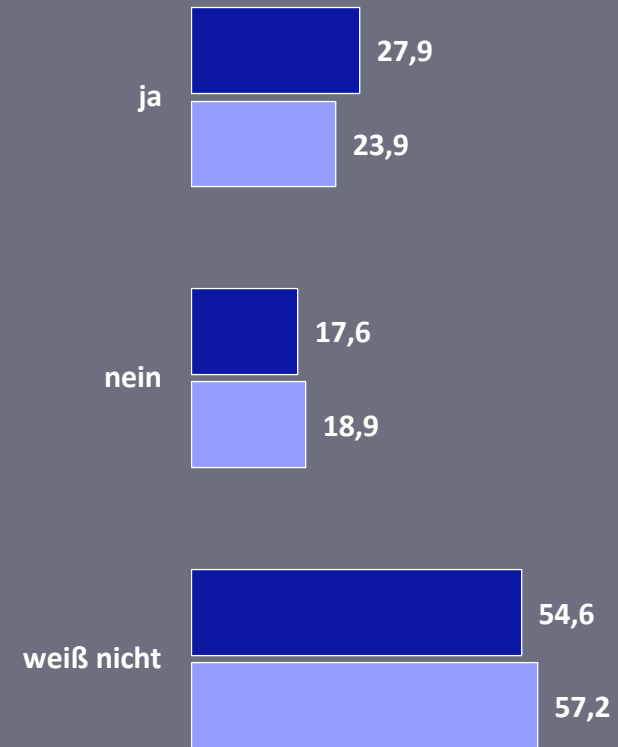
2022	2,4	
2021	2,4	
Bund	2,4	Discounter 2,5
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,1	Regionalversorger 2,3
2022	2,3	
2021	2,4	
Bund	2,3	Discounter 2,4
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger 2,2
2022	2,5	
2021	2,5	
Bund	2,5	Discounter 2,5
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger 2,5
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger 2,5
2022	2,7	
2021	--	
Bund	2,7	Discounter 2,7
Big 3	2,7	Stadtwerke/Lokalversorger 2,8
reine Ökoanbieter	2,4	Regionalversorger 2,6
2022	2,6	
2021	--	
Bund	2,6	Discounter 2,4
Big 3	2,7	Stadtwerke/Lokalversorger 2,6
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger 2,6

Frage 13: 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“.

**Die Einschätzung der EVU bei Elektromobilität ist unverändert auf durchschnittlichem Niveau; Wall-Boxes und ein Autostromtarif zeigen vergleichsweise hohe Potenziale!**



Frage 13.1: Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?



Frage 13.2: Hat Ihr Stromversorger Ladestationen für die eigene Garage - sogenannte Wall-Boxes - im Angebot?

**Das Ladesäulen-Angebot wird unverändert, das Angebot von Wall-Boxes häufiger wahrgenommen.**

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

**Klimaschutz**

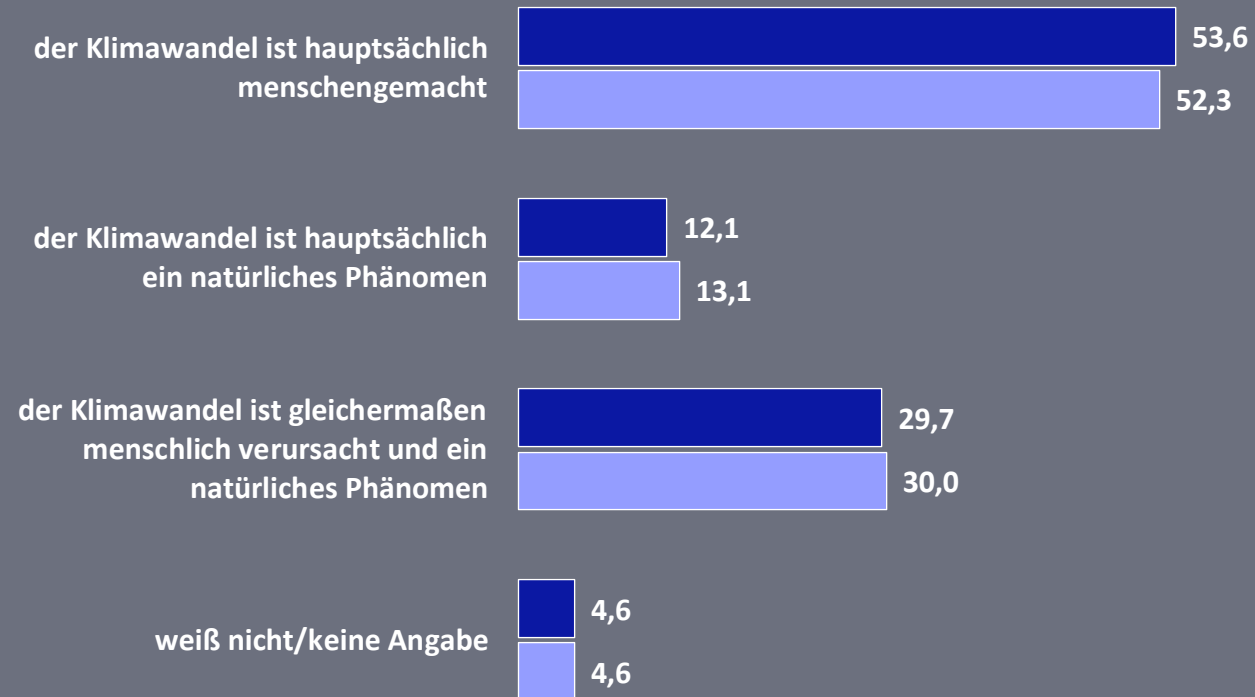
Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU





Frage 14: Als erstes interessiert uns Ihre Einstellung zum Klimawandel. Welche der folgenden Aussagen trifft Ihrer Meinung nach zu?

**Die Mehrheit der Betriebe sieht im Klimawandel ein menschengemachtes Phänomen.**

# 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**

26,2

25,3

... investiert in fortschrittliche Projekte für den Klimaschutz

9,3 | 43,2

7,4 | 47,3

22,6

22,4

... nimmt den Klimaschutz sehr ernst

9,2 | 45,4

10,1 | 46,6

23,2

23,6

... engagiert sich für den Klimaschutz

11,5 | 43,8

11,9 | 42,8

23,6

25,9

... handelt als Energieversorger im Klimaschutz vorbildlich

10,5 | 42,2

9,9 | 41,5

2022	2,3		
2021	2,2		
Bund	2,3	Discounter	2,4
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	2,4

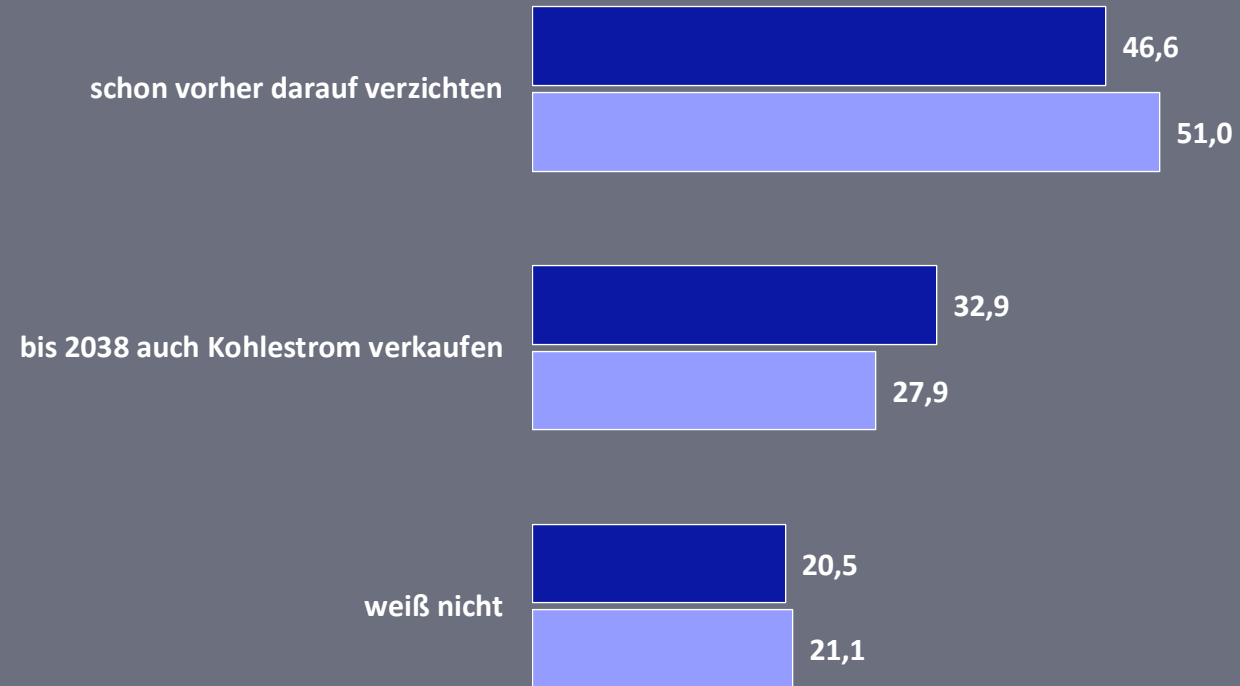
2022	2,3		
2021	2,3		
Bund	2,3	Discounter	2,2
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,4

2022	2,4		
2021	2,4		
Bund	2,4	Discounter	2,4
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,4

2022	2,4		
2021	2,3		
Bund	2,4	Discounter	2,2
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,4

Frage 15: 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 ...

**Die Bewertung der Klimaschutz-Aktivitäten der EVU hat sich tendenziell verschlechtert!**



Frage 16: Sollten Energieversorger bereits vor dem beschlossenen Kohleausstieg im Jahr 2038 auf den Verkauf von Kohlestrom verzichten und nur noch Ökostrom verkaufen?

**Der frühere Verzicht auf Kohleverstromung wird von weniger Betrieben gewünscht.**

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

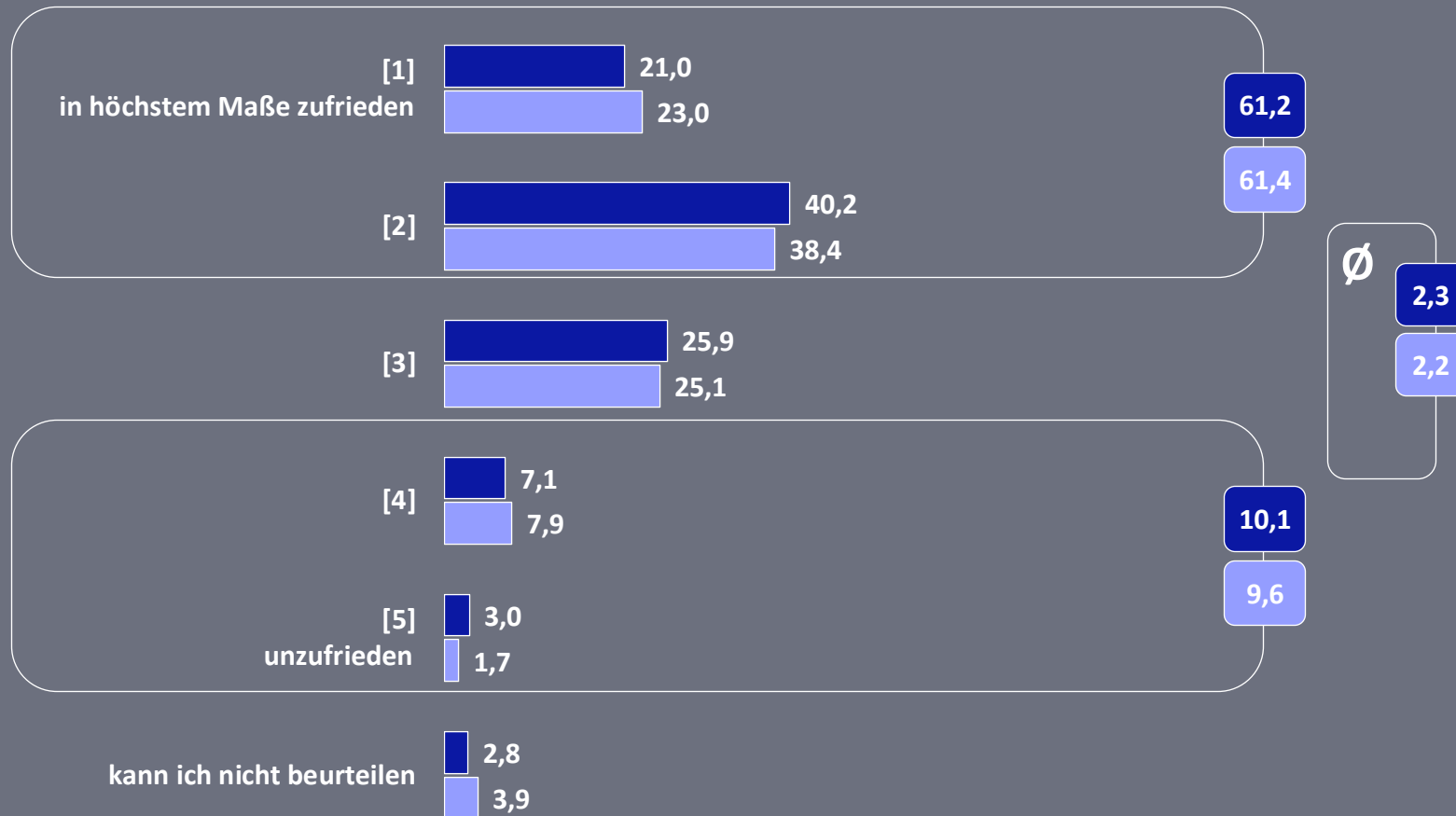
Klimaschutz

## **Image und Kundenzufriedenheit**

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU



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

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

Die A'priori-Gesamtzufriedenheit gibt im Jahresvergleich leicht nach.

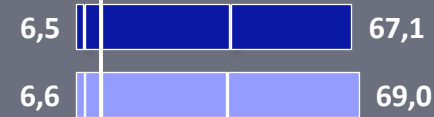
# Image der Energieversorger 1/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

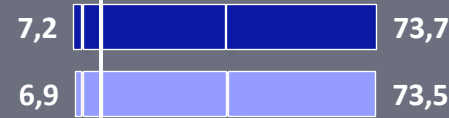
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

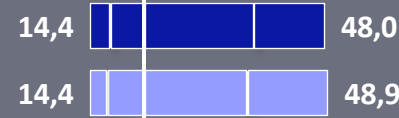
**Mittelwerte/Benchmarks**



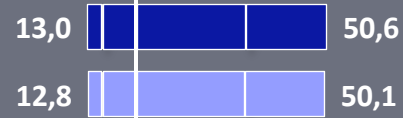
2022	2,0		
2021	2,0		
Bund	2,0	Discounter	2,1
Big 3	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger	1,9



2022	1,9		
2021	1,9		
Bund	1,9	Discounter	2,1
Big 3	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	1,7
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	1,8



2022	2,5		
2021	2,4		
Bund	2,5	Discounter	2,2
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
reine Ökoanbieter	3,0	Regionalversorger	2,4



2022	2,4		
2021	2,4		
Bund	2,4	Discounter	2,2
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,5	Regionalversorger	2,3

Frage 11: 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 ...

**Die Zuverlässigkeit ist unverändert der Top-Imageaspekt der EVU.**

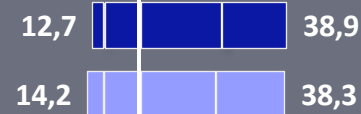
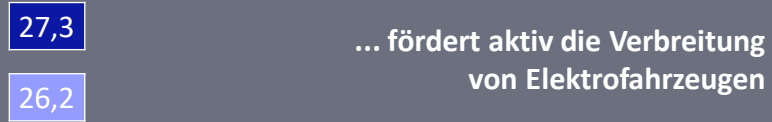
# Image der Energieversorger 2/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

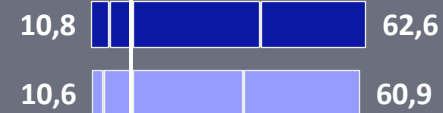
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

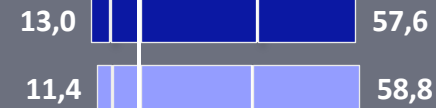
**Mittelwerte/Benchmarks**



2022	2,4	
2021	2,5	
Bund	2,4	Discounter 2,4
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger 2,4
reine Ökoanbieter	2,4	Regionalversorger 2,2



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,0
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger 2,1



2022	2,3	
2021	2,2	
Bund	2,3	Discounter 2,1
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	3,1	Regionalversorger 2,2

Frage 11: 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 ...

**Die Serviceorientierung wird leicht schlechter bewertet.**

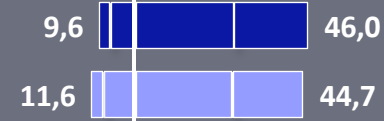
# Image der Energieversorger 3/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

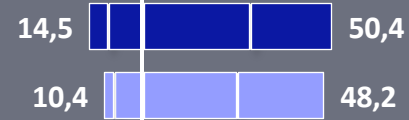
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

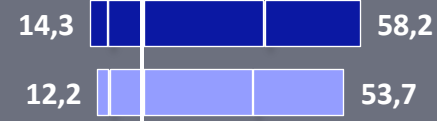
**Mittelwerte/Benchmarks**



2022	2,3	
2021	2,4	
Bund	2,3	Discounter 2,0
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger 2,3
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger 2,2



2022	2,4	
2021	2,3	
Bund	2,4	Discounter 2,1
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger 2,3
reine Ökoanbieter	2,6	Regionalversorger 2,2



2022	2,3	
2021	2,3	
Bund	2,3	Discounter 2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,3
reine Ökoanbieter	2,4	Regionalversorger 2,2

Frage 11: 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 ...

**Die ökologisch verantwortungsvolle Arbeitsweise wird besser bewertet; aber unverändert rund ein Fünftel der Befragten können keine Bewertung abgeben!**



# 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**

4,6

6,3

... ist vertrauenswürdig

10,9 | 64,4

9,2 | 62,6

2022	2,2		
2021	2,1		
Bund	2,2	Discounter	2,1
Big 3	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	2,6	Regionalversorger	2,0

5,6

6,2

... spricht mich persönlich an

15,8 | 56,3

15,0 | 51,1

2022	2,4		
2021	2,4		
Bund	2,4	Discounter	2,2
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	2,7	Regionalversorger	2,1

3,9

4,7

... hat angemessene Preise

20,0 | 51,3

17,2 | 50,6

2022	2,6		
2021	2,5		
Bund	2,6	Discounter	2,5
Big 3	2,6	Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
reine Ökoanbieter	3,1	Regionalversorger	2,5

Frage 11: 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 ...

**Vertrauenswürdigkeit und persönliche Ansprache werden besser bewertet.**

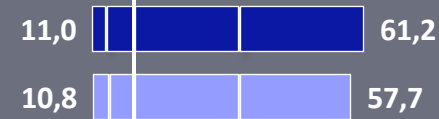
# Image der Energieversorger 5/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

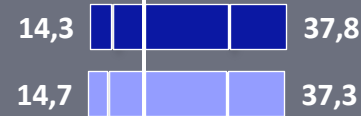
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

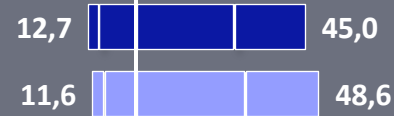
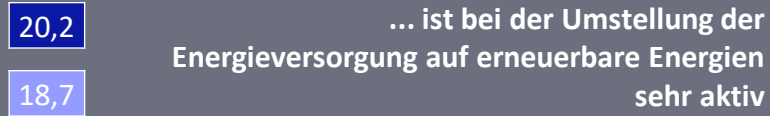
**Mittelwerte/Benchmarks**



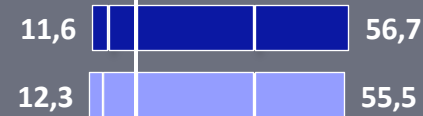
2022	2,1		
2021	2,2		
Bund	2,1	Discounter	2,2
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	1,8



2022	2,5		
2021	2,6		
Bund	2,5	Discounter	2,7
Big 3	2,6	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	3,1	Regionalversorger	2,2



2022	2,4		
2021	2,3		
Bund	2,4	Discounter	2,3
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,2

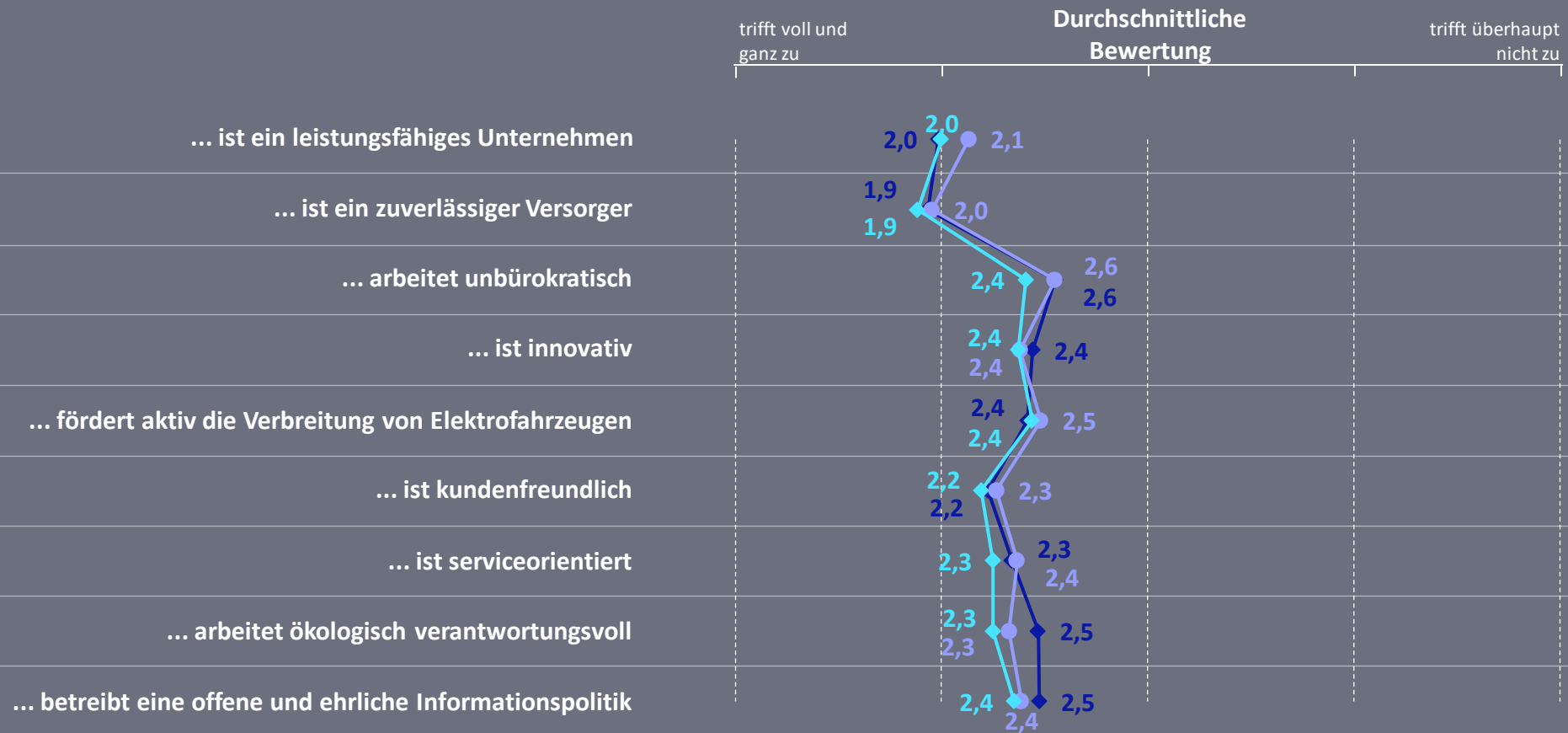


2022	2,3		
2021	2,3		
Bund	2,3	Discounter	2,4
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,3	Regionalversorger	2,1

Frage 11: 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 ...

**Das Ansehen der EVU insgesamt ist unverändert auf durchschnittlichem Niveau.**

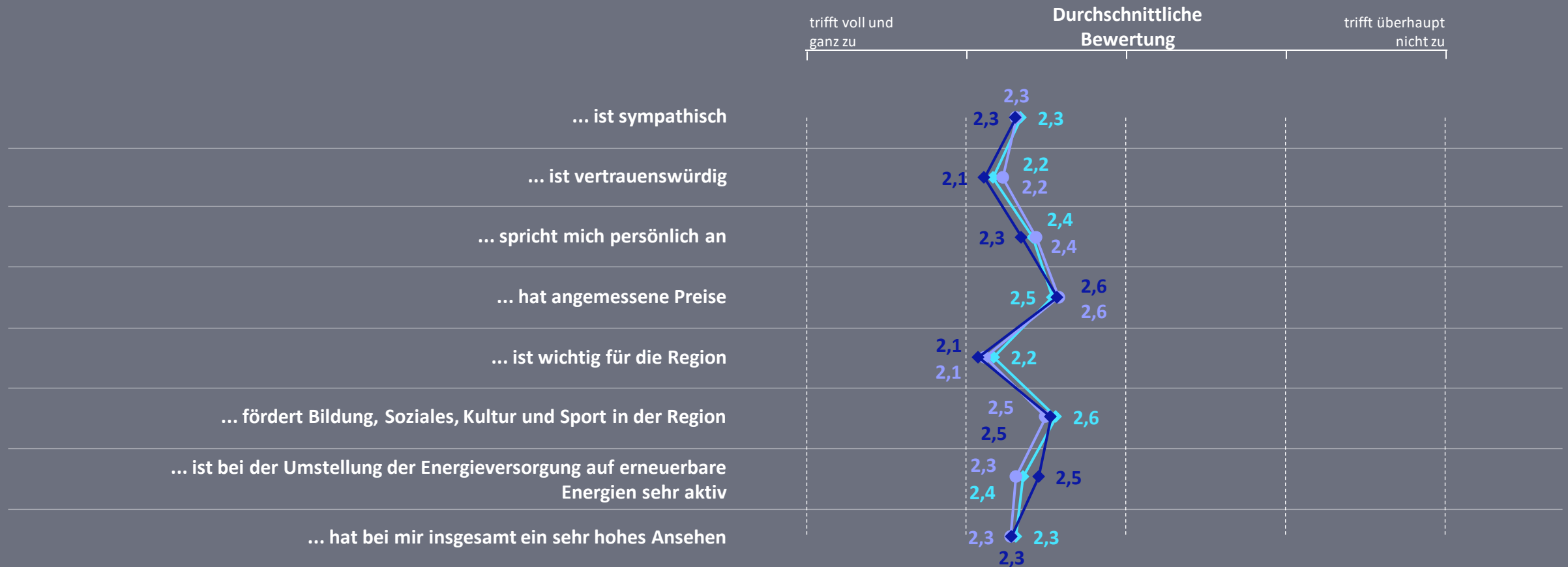
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 1/2



Frage 11: Welches Image hat Ihr Energieversorger bei Ihnen? Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 (trifft voll und ganz zu) bis 5 (trifft überhaupt nicht zu), inwieweit folgende Aussagen auf Ihren Energieversorger zutreffen. Mein Energieversorger ...

**Die Dienstleister beurteilen die Image-Aspekte überwiegend am besten.**

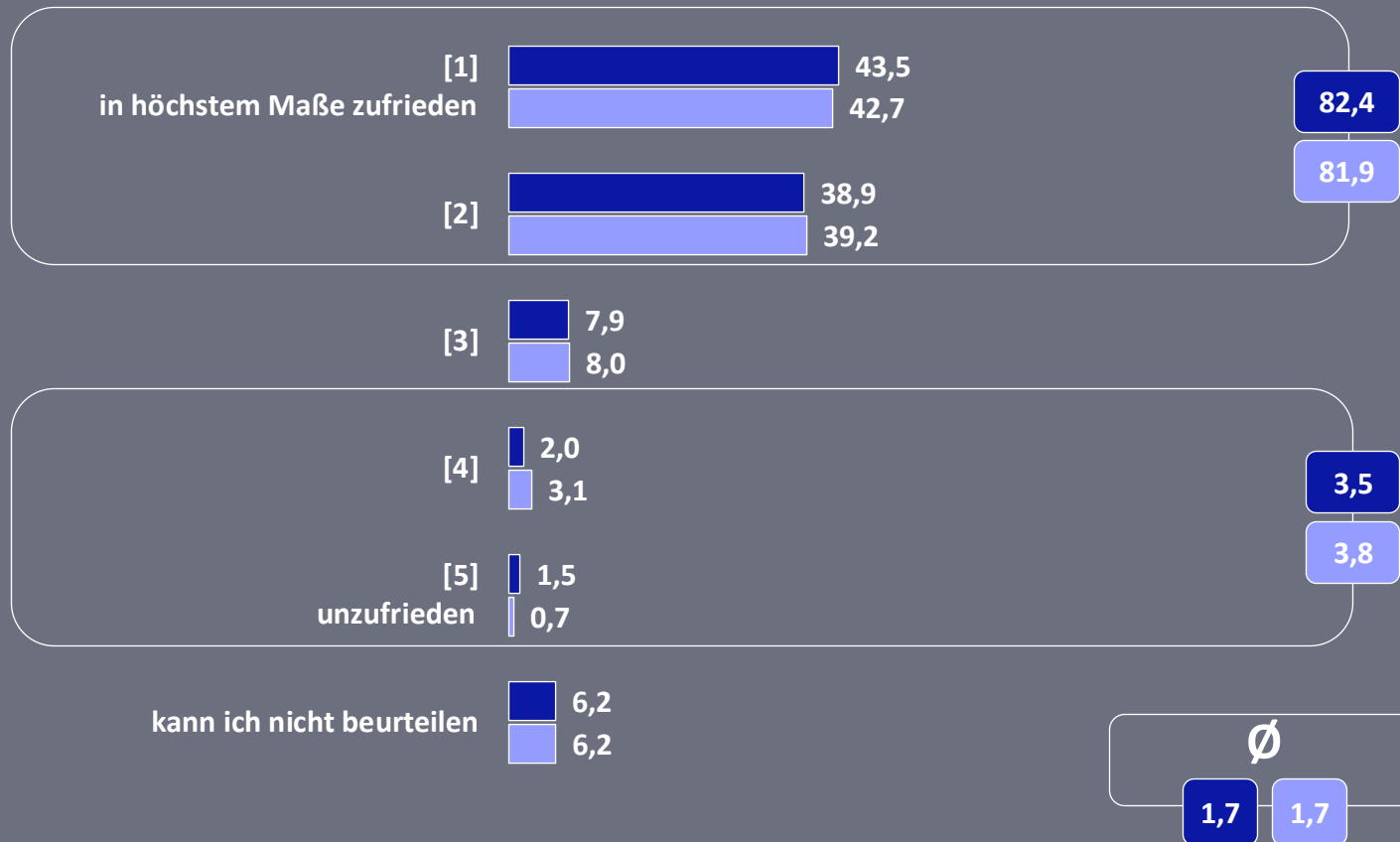
# Image der Energieversorger – Differenziert nach Branchen 2/2



Frage 11: 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 ...

**Das produzierende/verarbeitende Gewerbe vergibt überwiegend die besten Bewertungen der Image-Aspekte.**

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz



Bundesbenchmark	
Bund	1,7
Big 3	1,7
reine Ökoanbieter	1,2
Discounter	1,6
Stadtwerke/Lokalversorger	1,7
Regionalversorger	1,6

Gründe für die Unzufriedenheit	
1.	generelle Unzufriedenheit
2.	Störung/Stromausfall in der Vergangenheit
3.	Unsicher ob Versorgung auch in Zukunft zuverlässig erfolgt

n = 119

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung?

**Die Sicherheit und Zuverlässigkeit ist sehr gut erfüllt und ist insgesamt der Top-Aspekt der Kundenzufriedenheit.**

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Stromversorgung

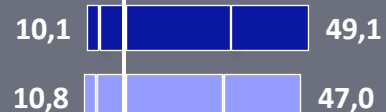
Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

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

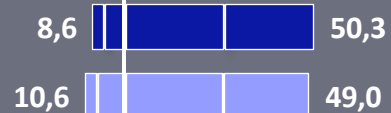
**Mittelwerte/Benchmarks**

**22,2** ... dem Informationsverhalten des Versorgers bei Störungen im Leitungsnetz  
**20,4**



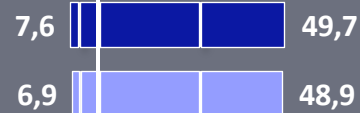
2022	2,3	
2021	2,3	
Bund	2,3	Discounter 2,0
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,8	Regionalversorger 2,1

**23,6** ... der Geschwindigkeit der Störungsbehebung  
**19,9**



2022	2,2	
2021	2,3	
Bund	2,2	Discounter 1,9
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger 2,1
reine Ökoanbieter	2,4	Regionalversorger 2,0

**25,4** ... der Unterstützung des Energieversorgers bei Störungen in der Kundenanlage  
**23,8**



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 1,9
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger 2,0

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Das Verhalten der EVU im Störfall wird unverändert durchschnittlich bewertet.**

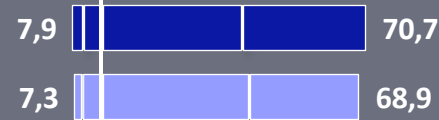
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

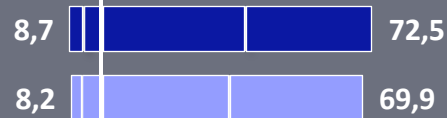
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

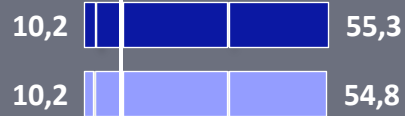
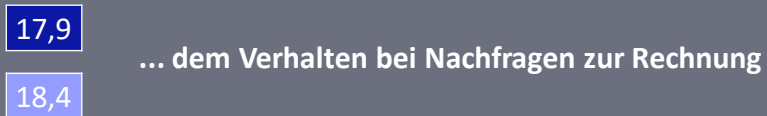
**Mittelwerte/Benchmarks**



2022	2,0		
2021	2,1		
Bund	2,0	Discounter	1,9
Big 3	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	1,8



2022	2,0		
2021	2,0		
Bund	2,0	Discounter	1,8
Big 3	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	1,8



2022	2,2		
2021	2,2		
Bund	2,2	Discounter	2,0
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,0

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Die Zufriedenheit mit Aspekten der Rechnung ist leicht gestiegen.**

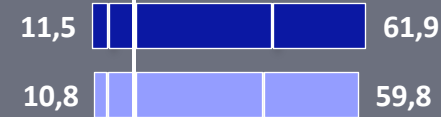
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Preise & Verträge

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

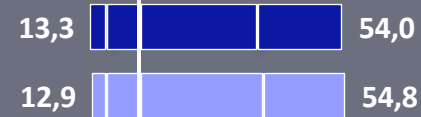
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

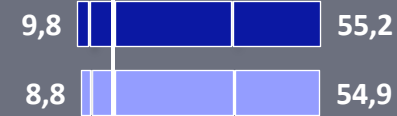
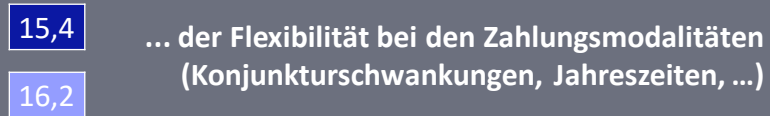
**Mittelwerte/Benchmarks**



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,0
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger 2,1



2022	2,3	
2021	2,3	
Bund	2,3	Discounter 2,1
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger 2,3



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,1
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger 2,2

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Die Zufriedenheit mit den Preisen und Verträgen ist unverändert.**



# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Tarife

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

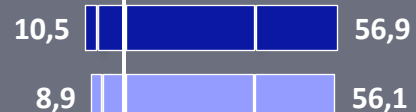
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

**Mittelwerte/Benchmarks**

**11,9**  
**12,7**

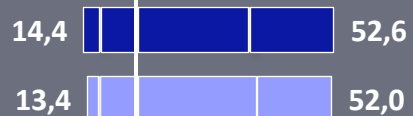
... dem Angebot unterschiedlicher Tarife bei Ihrem Energieversorger



Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2022	2,3		
2021	2,2		
Bund	2,3	Discounter	2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger	2,1

**8,2**  
**11,1**

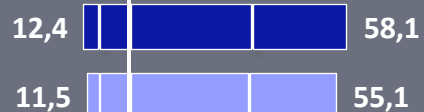
... der Attraktivität der angebotenen Tarife



Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2022	2,4		
2021	2,4		
Bund	2,4	Discounter	2,1
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,3

**6,4**  
**9,8**

... der Einfachheit und Transparenz der Tarife



Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2022	2,3		
2021	2,3		
Bund	2,3	Discounter	2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,2

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Tarifaspekte werden tendenziell leicht schlechter bewertet.**

# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Erreichbarkeit & Termine

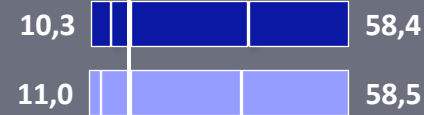
Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

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

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

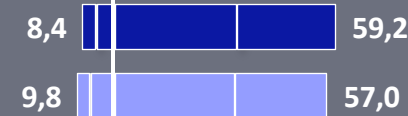
**Mittelwerte/Benchmarks**

**12,6** ... der telefonischen Erreichbarkeit einer Ansprechperson bei Ihrem Energieversorger  
**12,7**



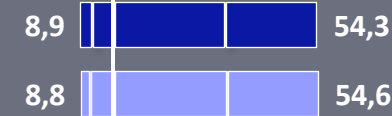
2022	2,2		
2021	2,2		
Bund	2,2	Discounter	2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,1

**11,3** ... den Geschäftszeiten Ihres Energieversorgers  
**12,3**



2022	2,2		
2021	2,2		
Bund	2,2	Discounter	2,1
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	2,0

**20,8** ... mit der Einhaltung abgesprochener Termine  
**19,1**



2022	2,2		
2021	2,2		
Bund	2,2	Discounter	1,9
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	2,4	Regionalversorger	2,0

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Die Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit und der Termineinhaltung der EVU ist unverändert gut.**

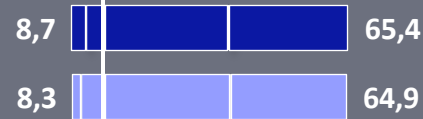
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Mitarbeitermerkmale

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

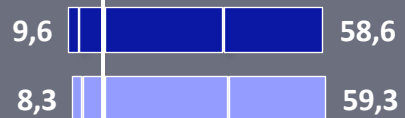
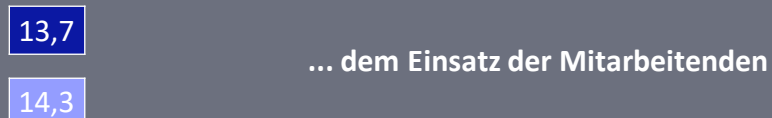
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

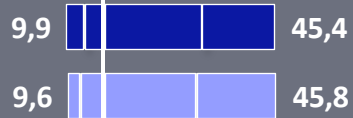
**Mittelwerte/Benchmarks**



	2022	2,0	
	2021	2,0	
Bund	2,0	Discounter	1,8
Big 3	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	1,9



	2022	2,2	
	2021	2,1	
Bund	2,2	Discounter	2,1
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	1,9



	2022	2,3	
	2021	2,3	
Bund	2,3	Discounter	2,1
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,2

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Der Einsatz der Mitarbeiter wird leicht schlechter bewertet.**

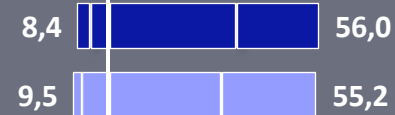
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungskompetenz

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

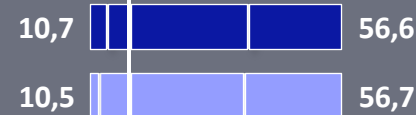
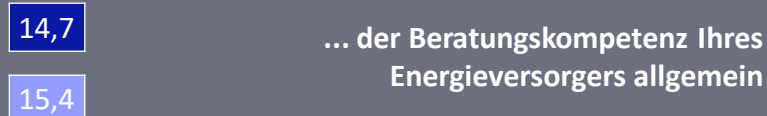
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

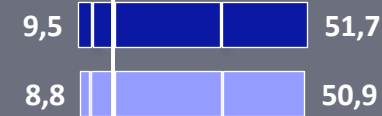
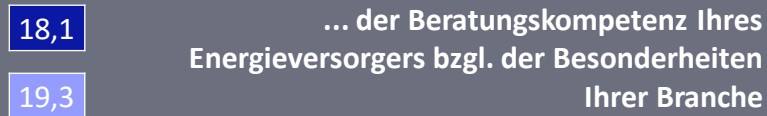
**Mittelwerte/Benchmarks**



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,0
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,3	Regionalversorger 2,0



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,5	Regionalversorger 2,0



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,2
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger 2,0

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Die Zufriedenheit mit der Beratungskompetenz ist unverändert hoch.**

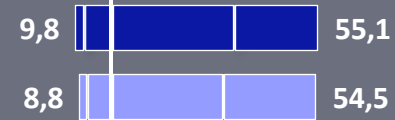
# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Beratungsumfang & -qualität

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

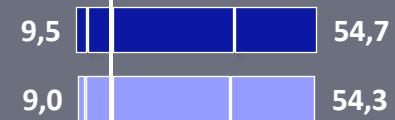
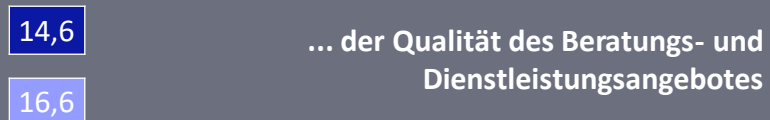
**Bottom-2-Boxes**  
Note 5 | Note 4

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

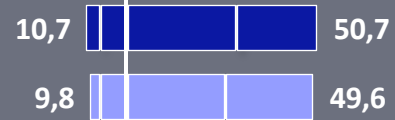
**Mittelwerte/Benchmarks**



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,1
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger 2,3
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger 2,1



2022	2,2	
2021	2,2	
Bund	2,2	Discounter 2,0
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,3
reine Ökoanbieter	2,2	Regionalversorger 2,1

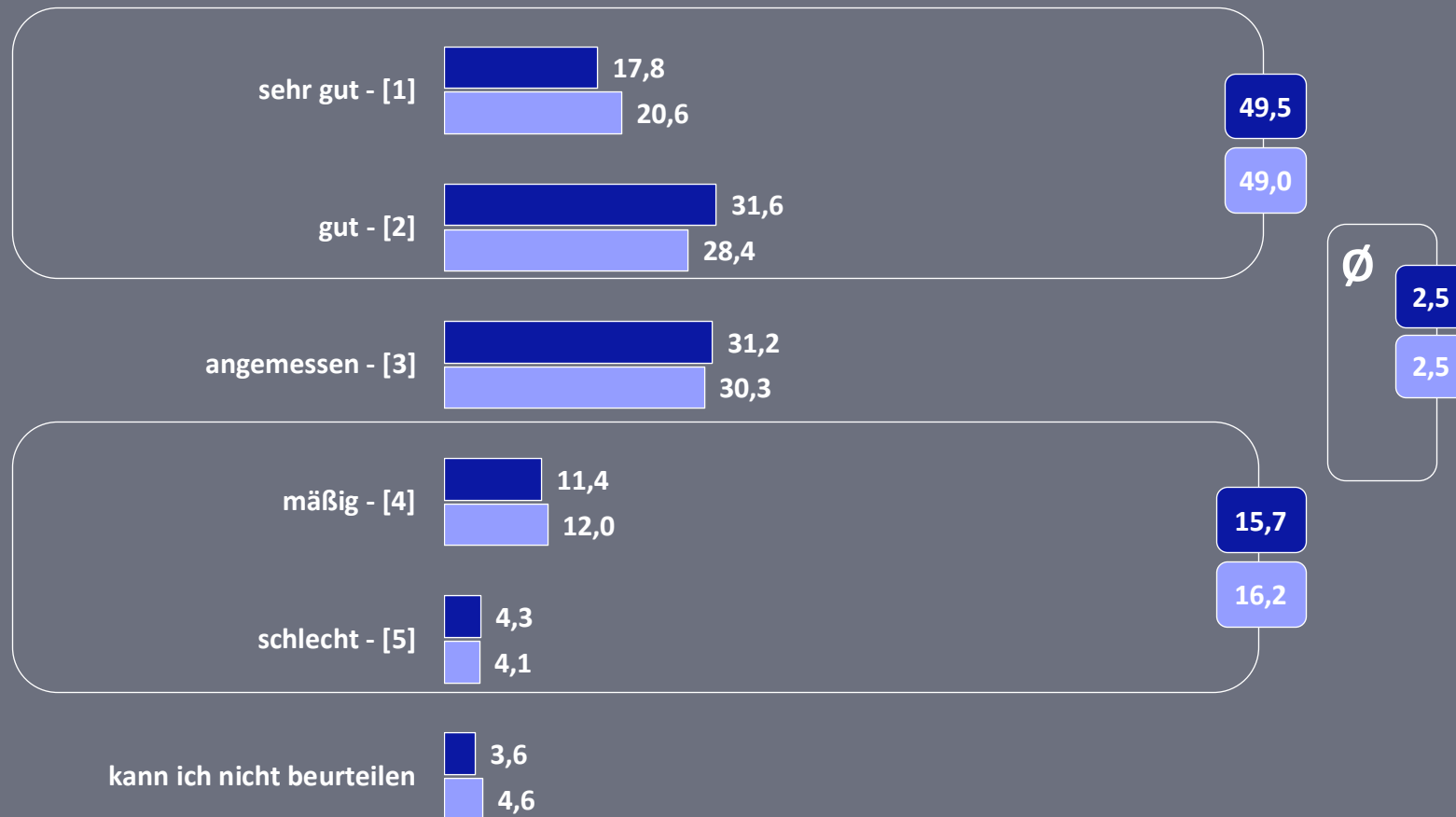


2022	2,3	
2021	2,3	
Bund	2,3	Discounter 2,2
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger 2,3
reine Ökoanbieter	2,3	Regionalversorger 2,1

Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Beratungsumfang und Beratungsqualität werden unverändert bewertet.**

# Preis-Leistungs-Verhältnis – Strom

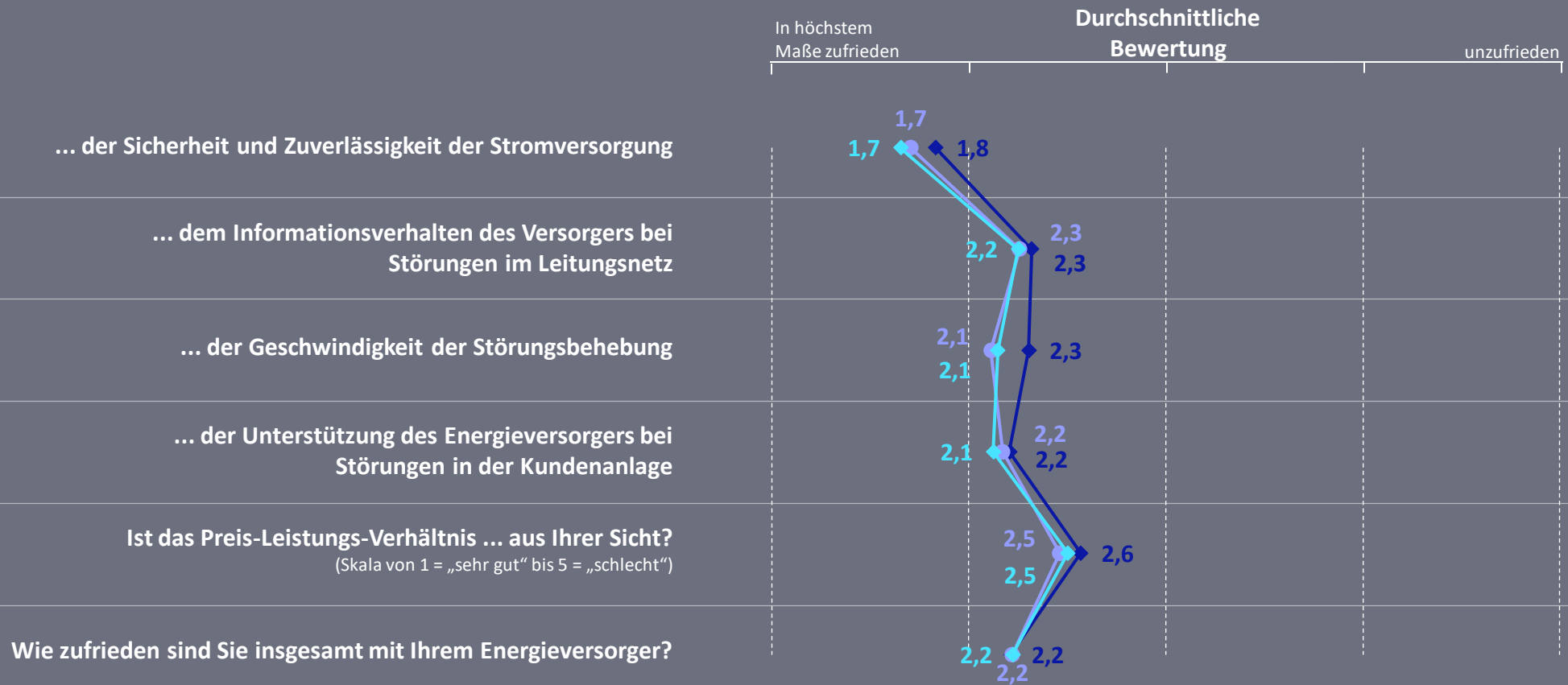


Bundesbenchmark	
Bund	2,5
Big 3	2,6
reine Ökoanbieter	2,4
Discounter	2,2
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,5

Frage 20: 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 ...?

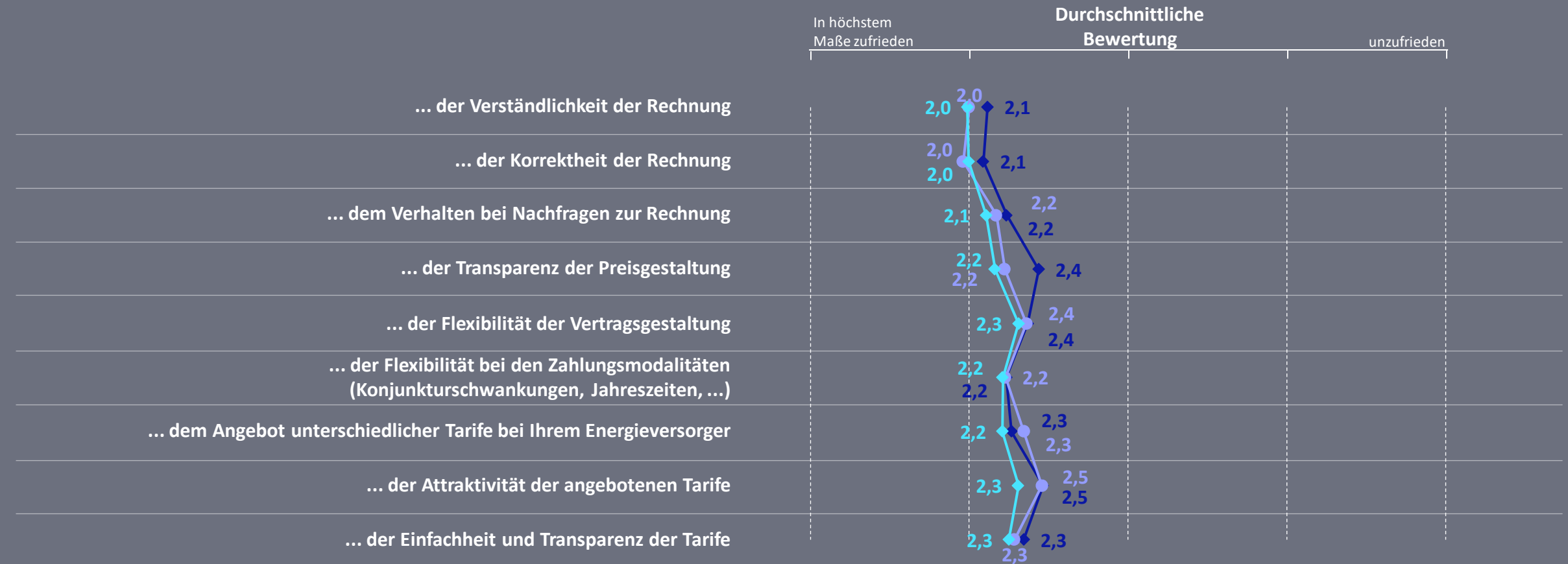
**Das Preis-Leistungs-Verhältnis wird unverändert als angemessen bewertet.**

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



Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Das produzierende/verarbeitende Gewerbe beurteilt Aspekte zur Stromversorgung und das Preis-Leistungs-Verhältnis am schlechtesten.**

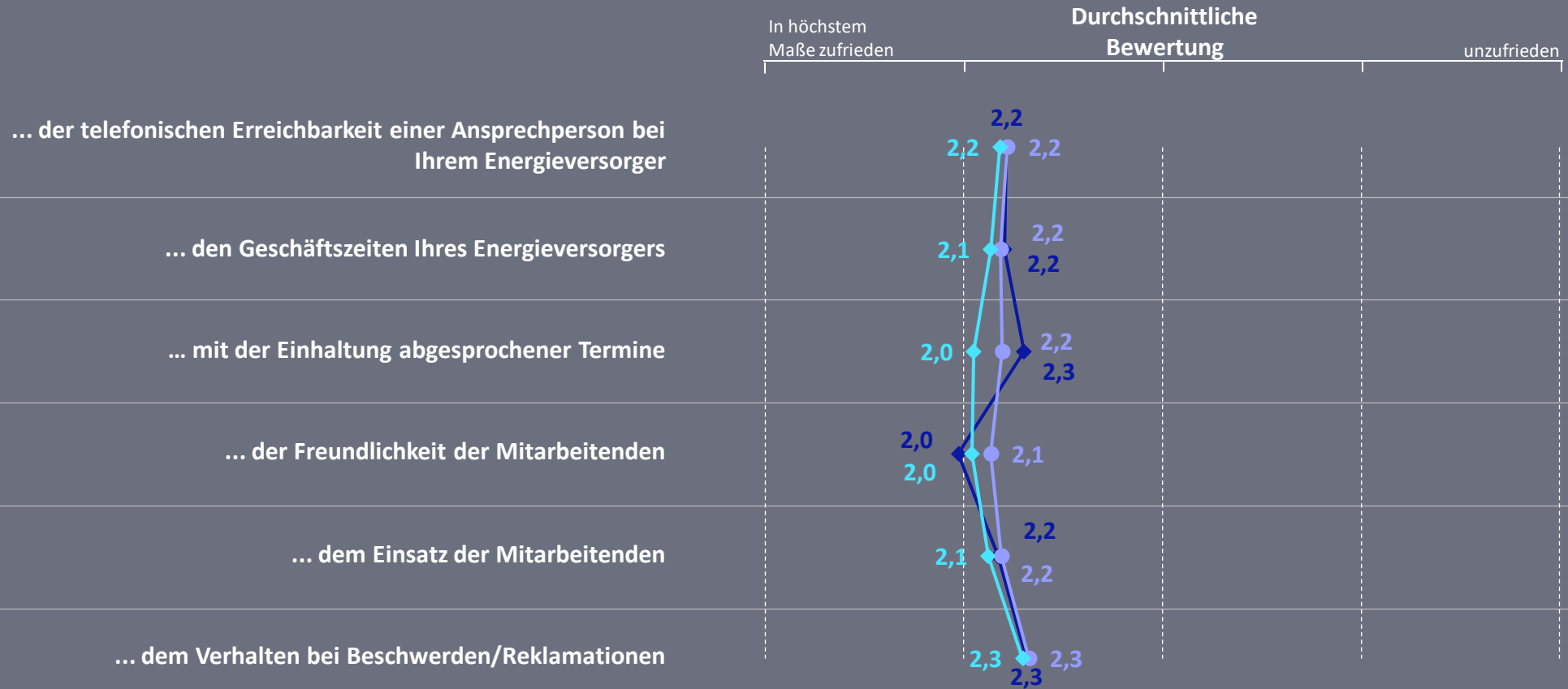


Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

**Aspekte zur Rechnung, Preisen, Verträge und Tarife werden vom produzierenden/verarbeitenden Gewerbe am schlechtesten bewertet.**

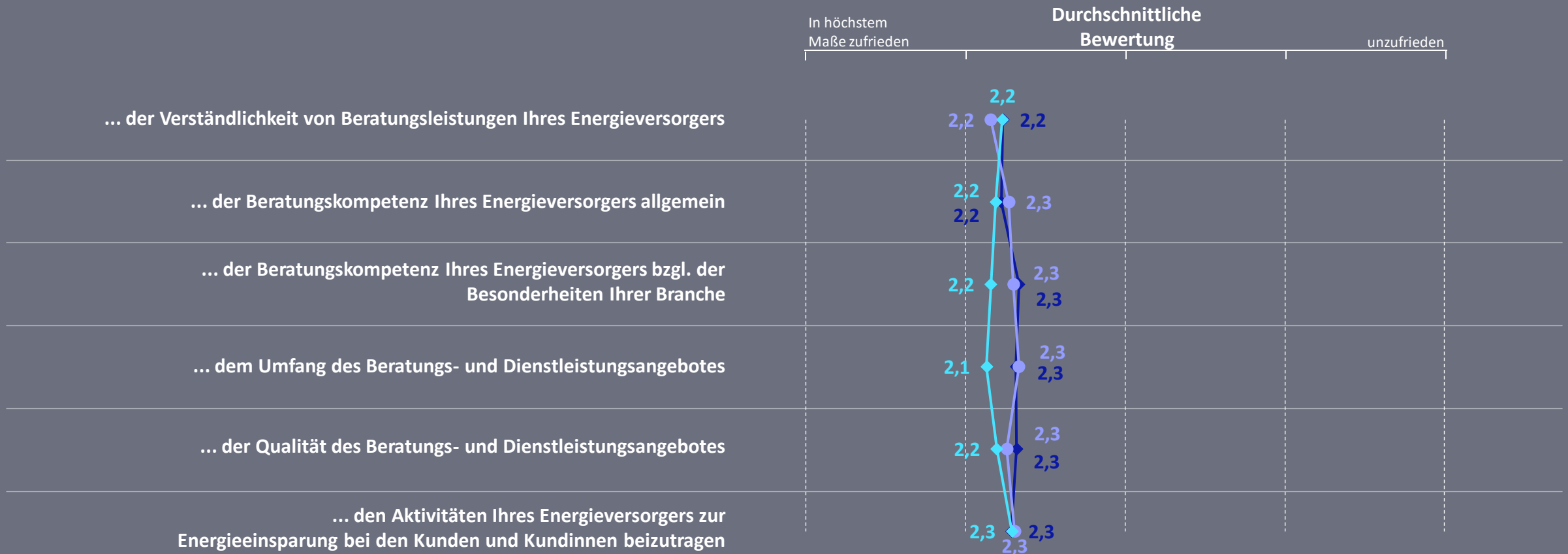


# Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Branchen 3/4



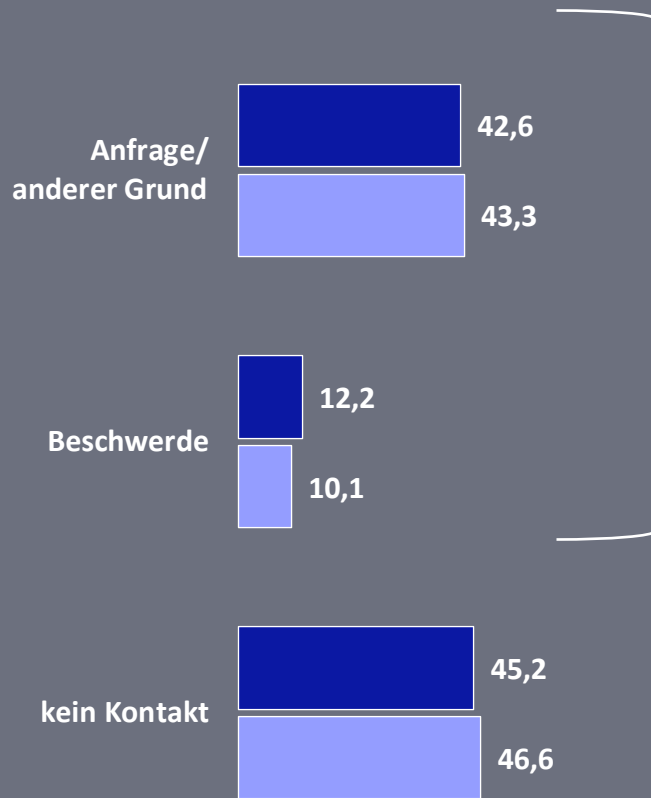
Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Aspekte der Betreuung werden von Dienstleistern am besten beurteilt.

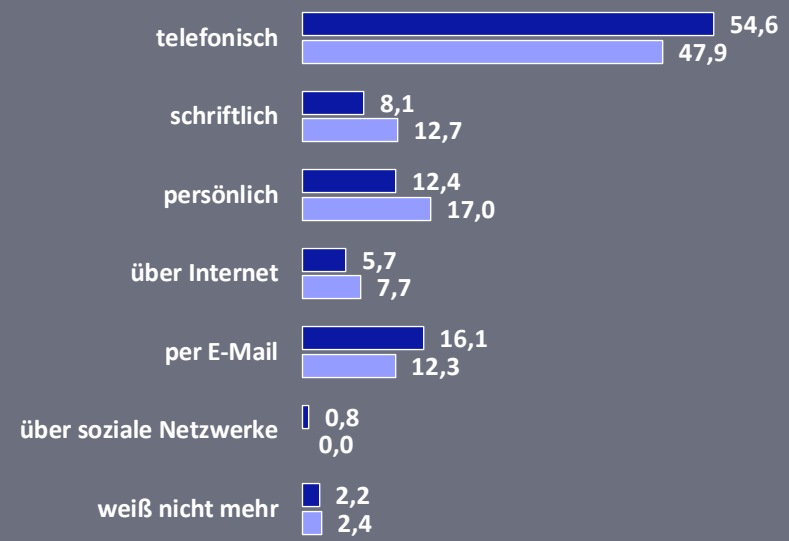


Frage 19: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

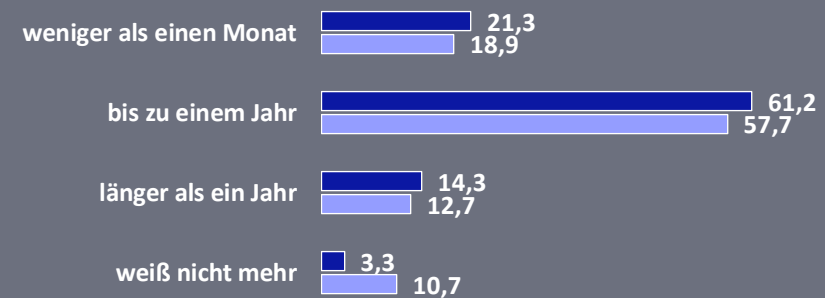
**Die Dienstleistungsbranche beurteilt Dienstleistungsaspekte am besten.**



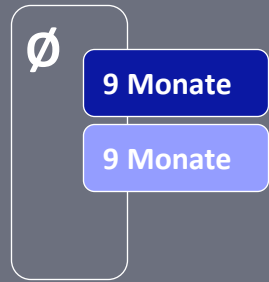
Frage 18/18.1: Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?



Frage 18.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet, per E-Mail oder über soziale Netzwerke?



Frage 18.3: Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?



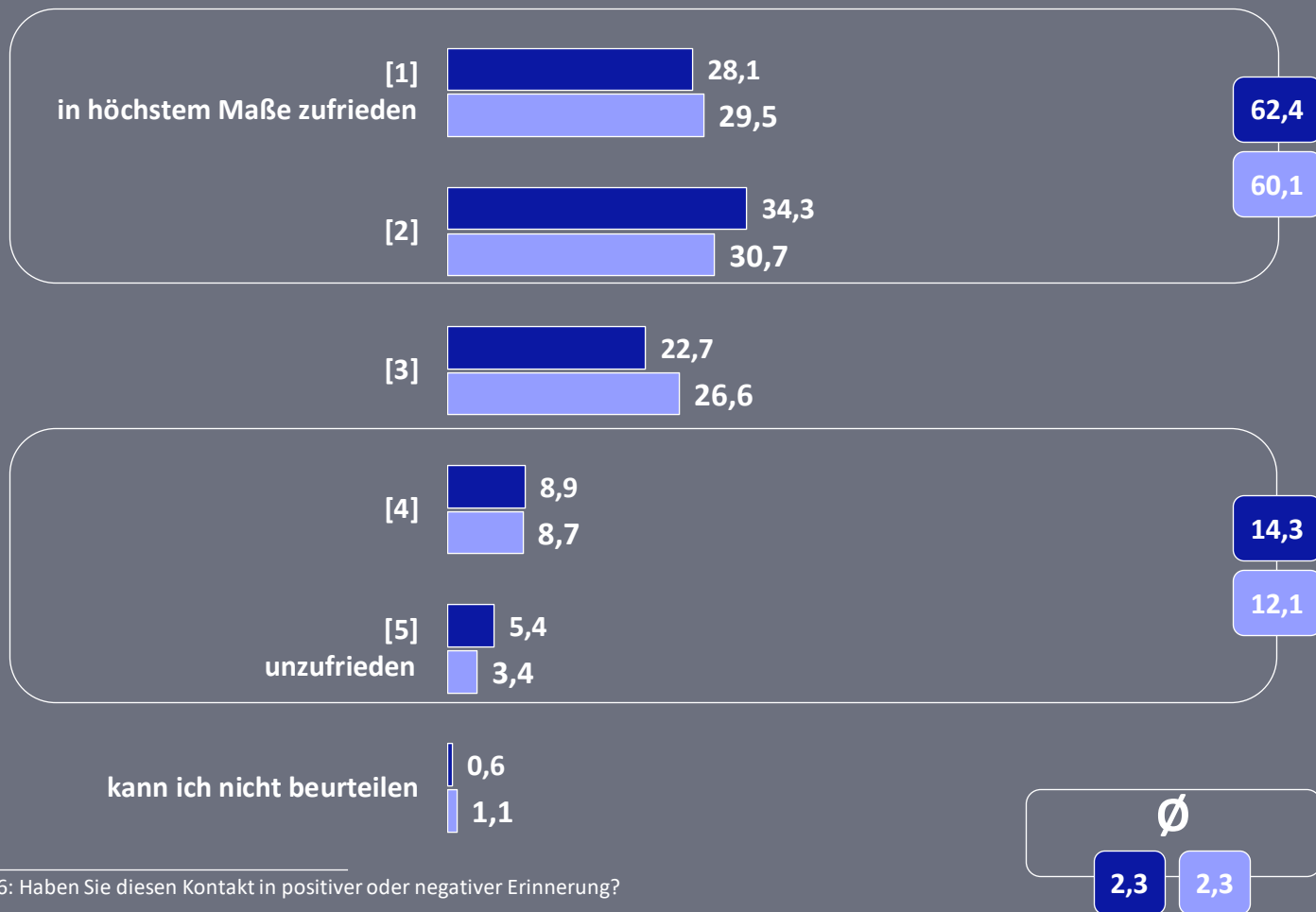
**Die Häufigkeit von Kontakten ist unverändert.**



Frage 18.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

**Fragen zu Tarifen und der Rechnung dominieren unverändert den Kontaktkanlass; Abschlagsänderungen haben gegenüber dem Vorjahr deutlich zugenommen!**

# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes



Bundesbenchmark	
Bund	2,3
Big 3	2,3
reine Ökoanbieter	1,9
Discounter	2,2
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	1,9

Gründe für die Unzufriedenheit	
1.	Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
2.	unfreundliche Ansprechperson
3.	es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
4.	lange Wartezeiten im Kundencenter oder der Hotline
5.	Ansprechperson nicht zuständig/nicht erreichbar

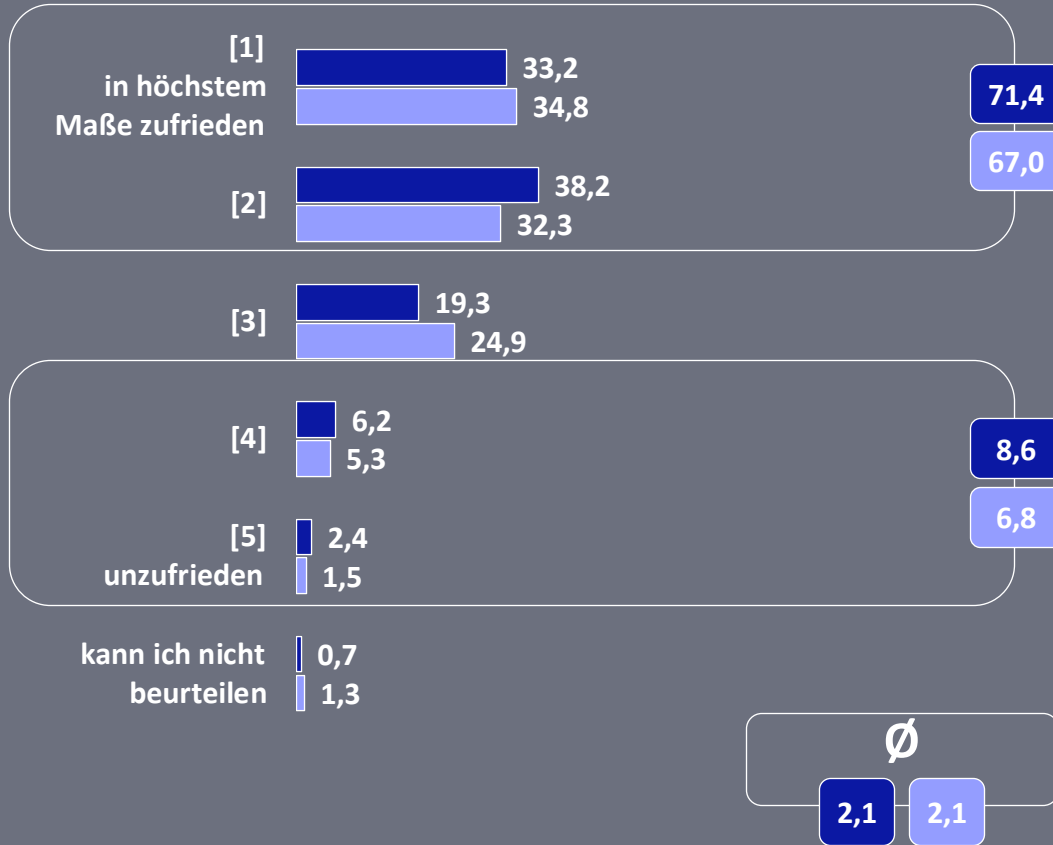
n = 211

Frage 18.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

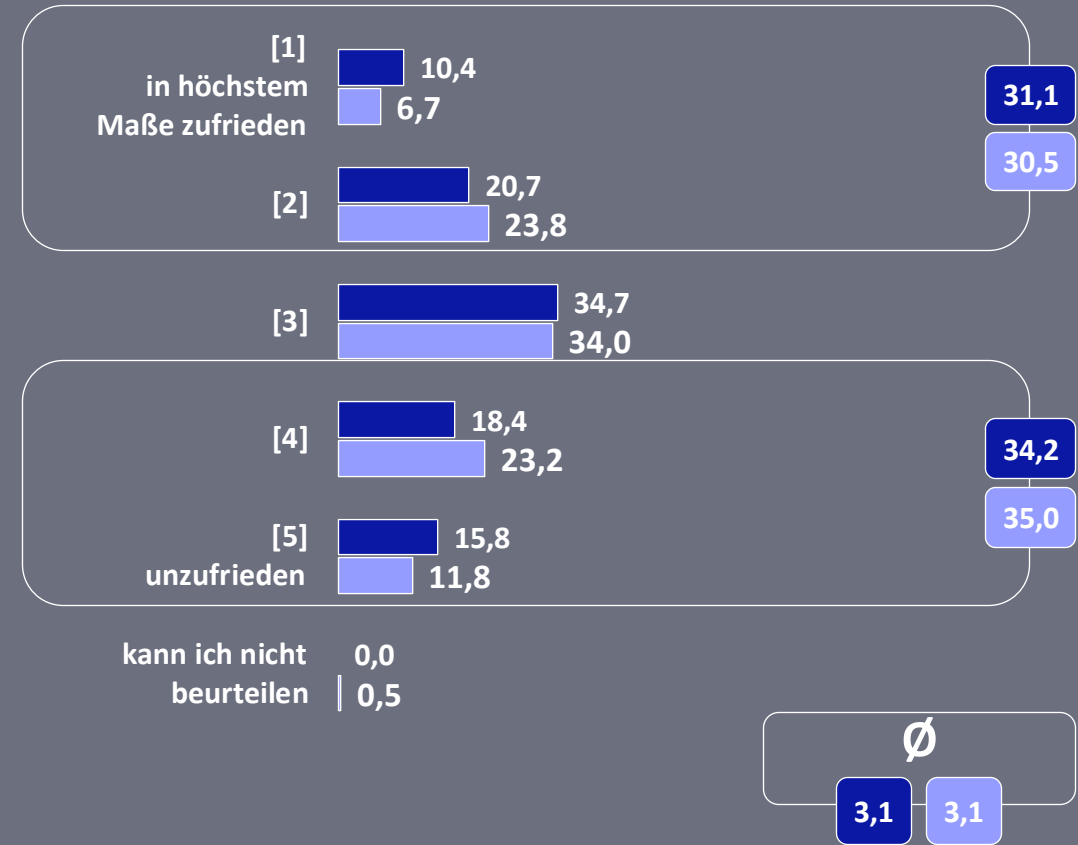
**Die Zufriedenheit mit dem letzten Kontakt ist unverändert durchschnittlich.**

# Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenzierung nach Kontaktgrund

## Anfrage/anderer Grund



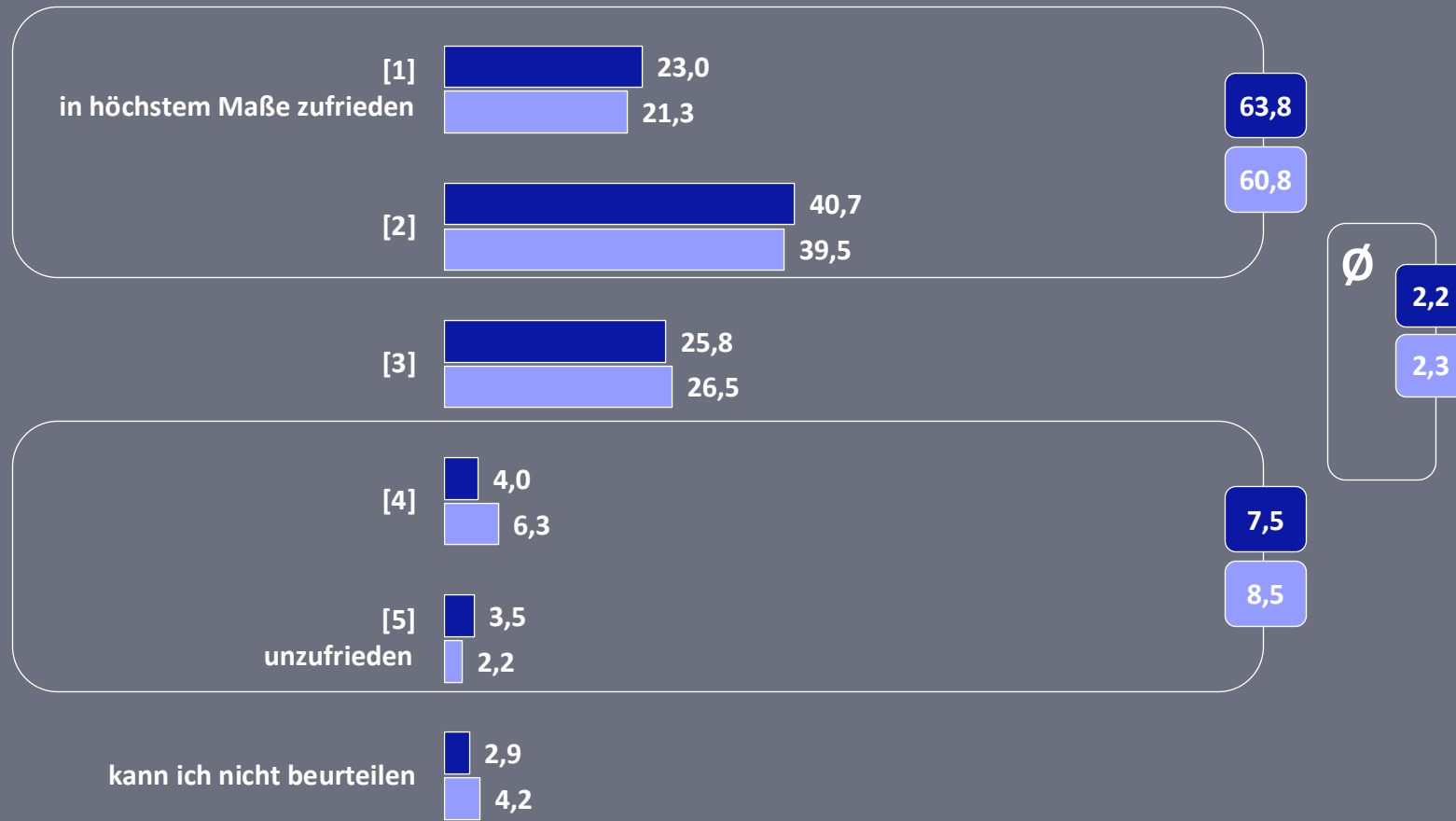
## Beschwerde



Frage 18.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

**Die Zufriedenheit mit dem Kontakt ist bei Anfragen/anderen Gründen leicht gestiegen.**

# A'posteriori-Gesamtzufriedenheit



Bundesbenchmark	
Bund	2,2
Big 3	2,3
reine Ökoanbieter	2,1
Discounter	2,2
Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
Regionalversorger	2,1

Frage 21: Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger?

**Die A'posteriori-Gesamtzufriedenheit ist leicht gestiegen.**

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

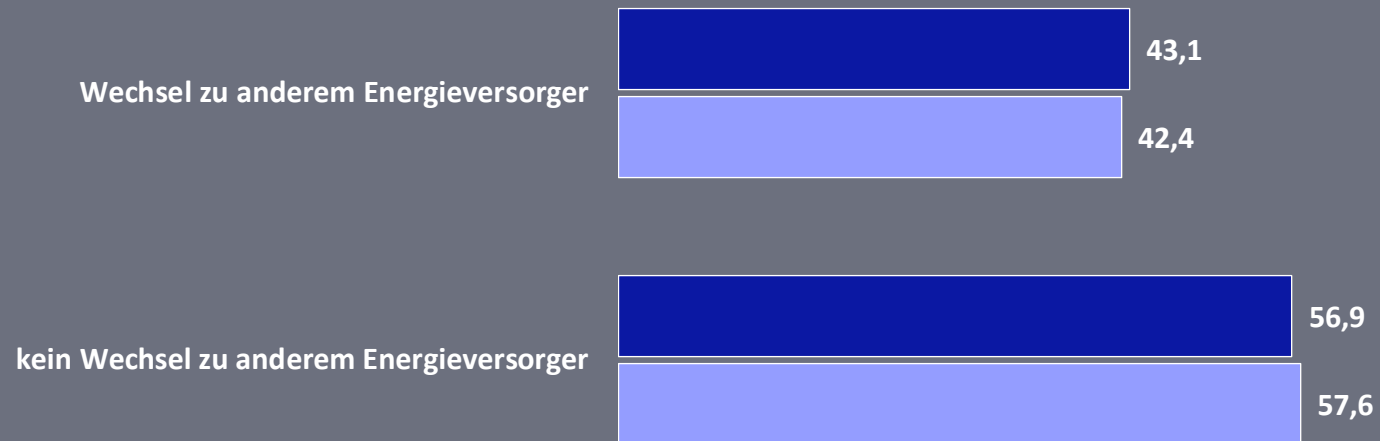


Zur Ermittlung der exakten Wechselquote werden neben der Frage nach einem bereits erfolgten Versorgerwechsel verschiedene Kontrollfragen gestellt, da Kunden häufig einen Tarif-, Vertrags- oder Markenwechsel irrtümlich mit einem tatsächlichen Wechsel des Energieversorgers gleichsetzen. Die Kontrollfragen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

- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

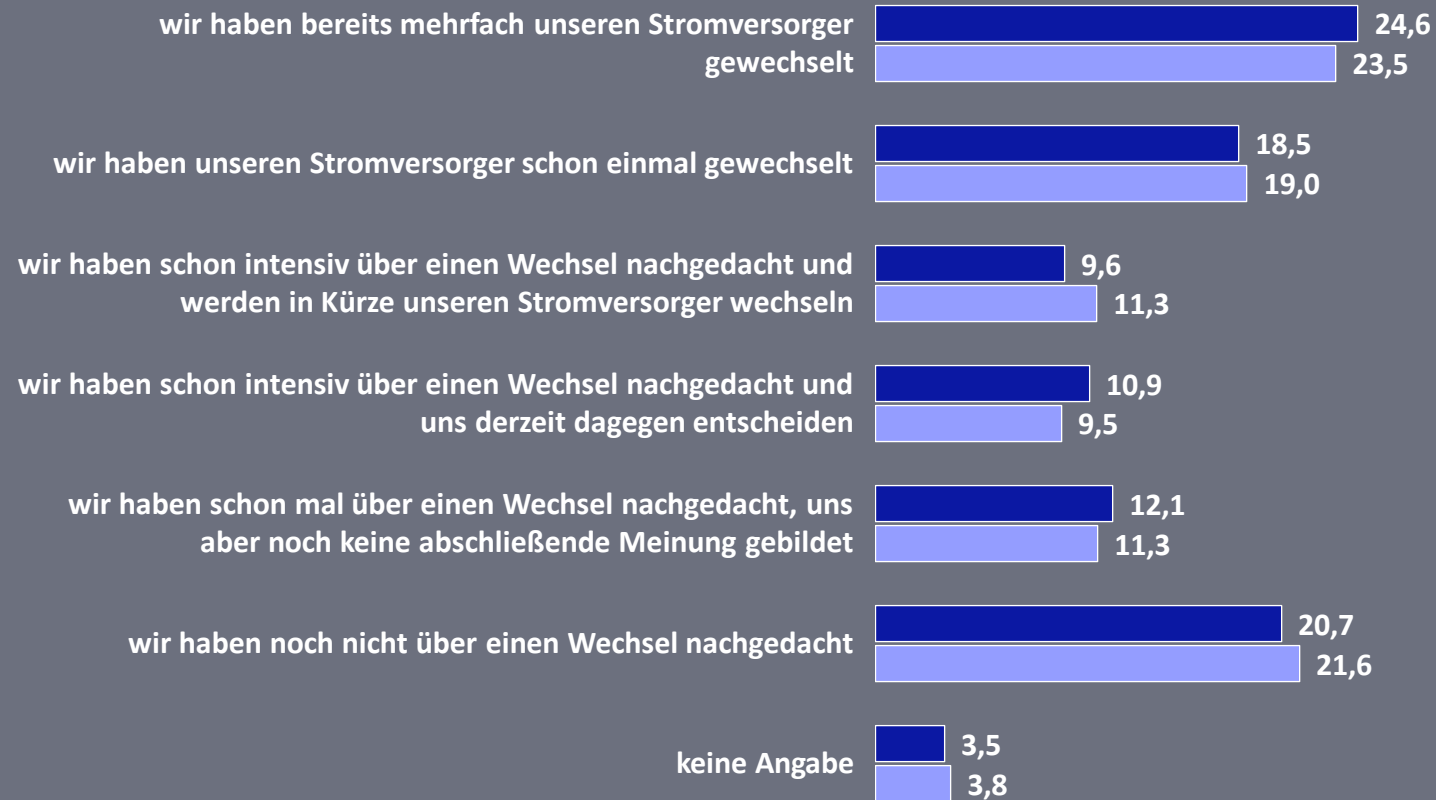
Die Postleitzahl dient zur Identifizierung des Stammversorgers im Versorgungsgebiet des Kunden. Dieser wird mit der Angabe des Befragten unter Berücksichtigung des vorherigen Versorgers und der Wechselhäufigkeit verglichen und ggf. korrigiert.

Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:



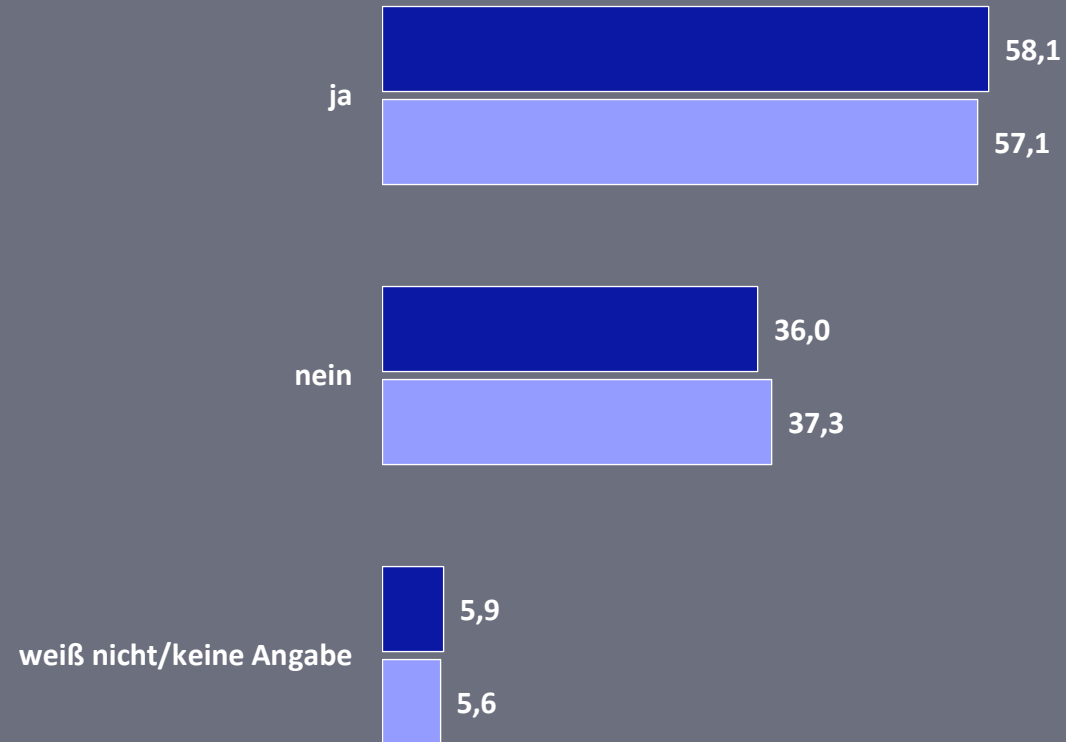
Frage SWI 4: In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Betrieb zutrifft. (aggregiert)

**Die Wechselquote ist leicht angestiegen.**



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.

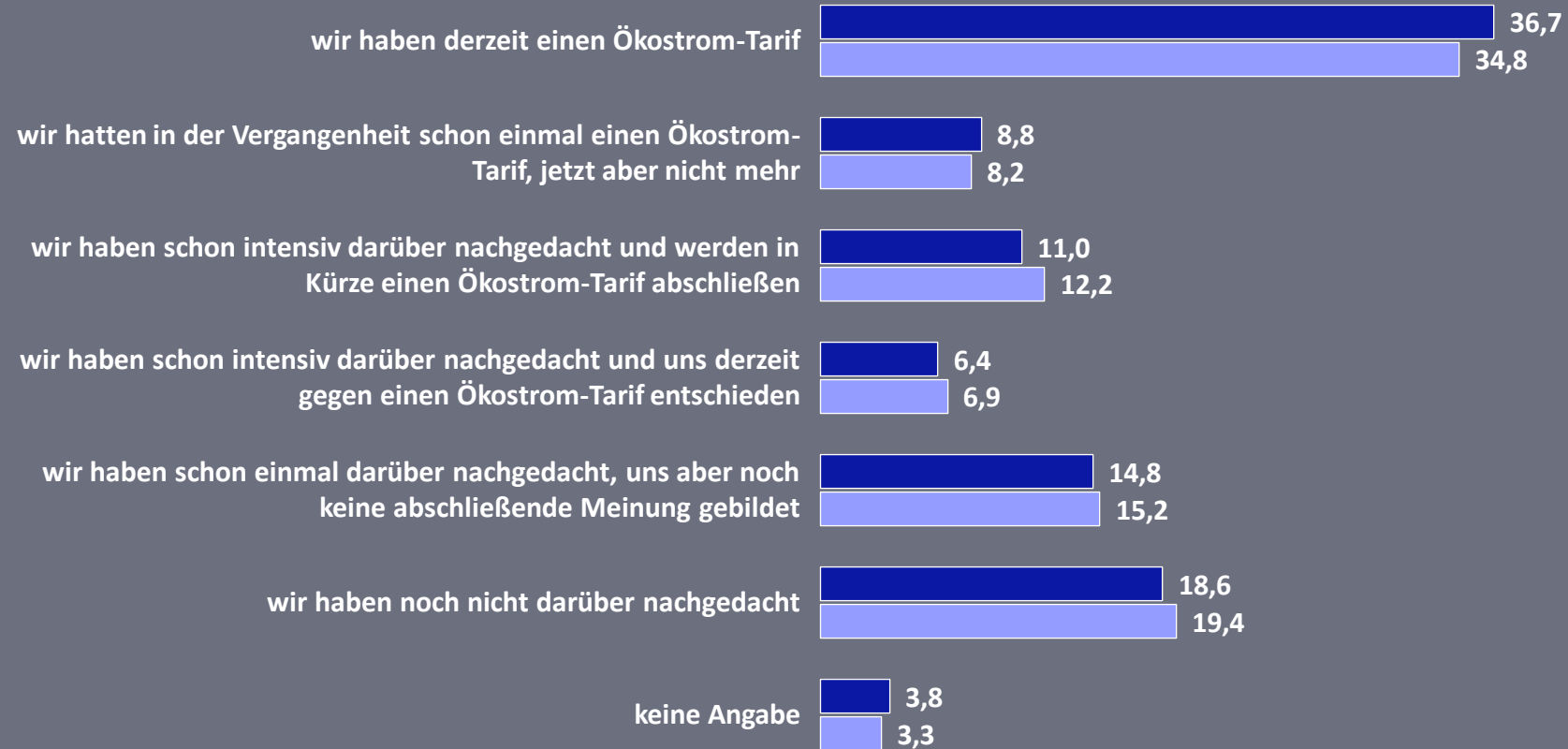
**Mehrfachwechsel haben zugenommen.**



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?

**Die Mehrheit hat bereits einen Tarifwechsel vorgenommen.**

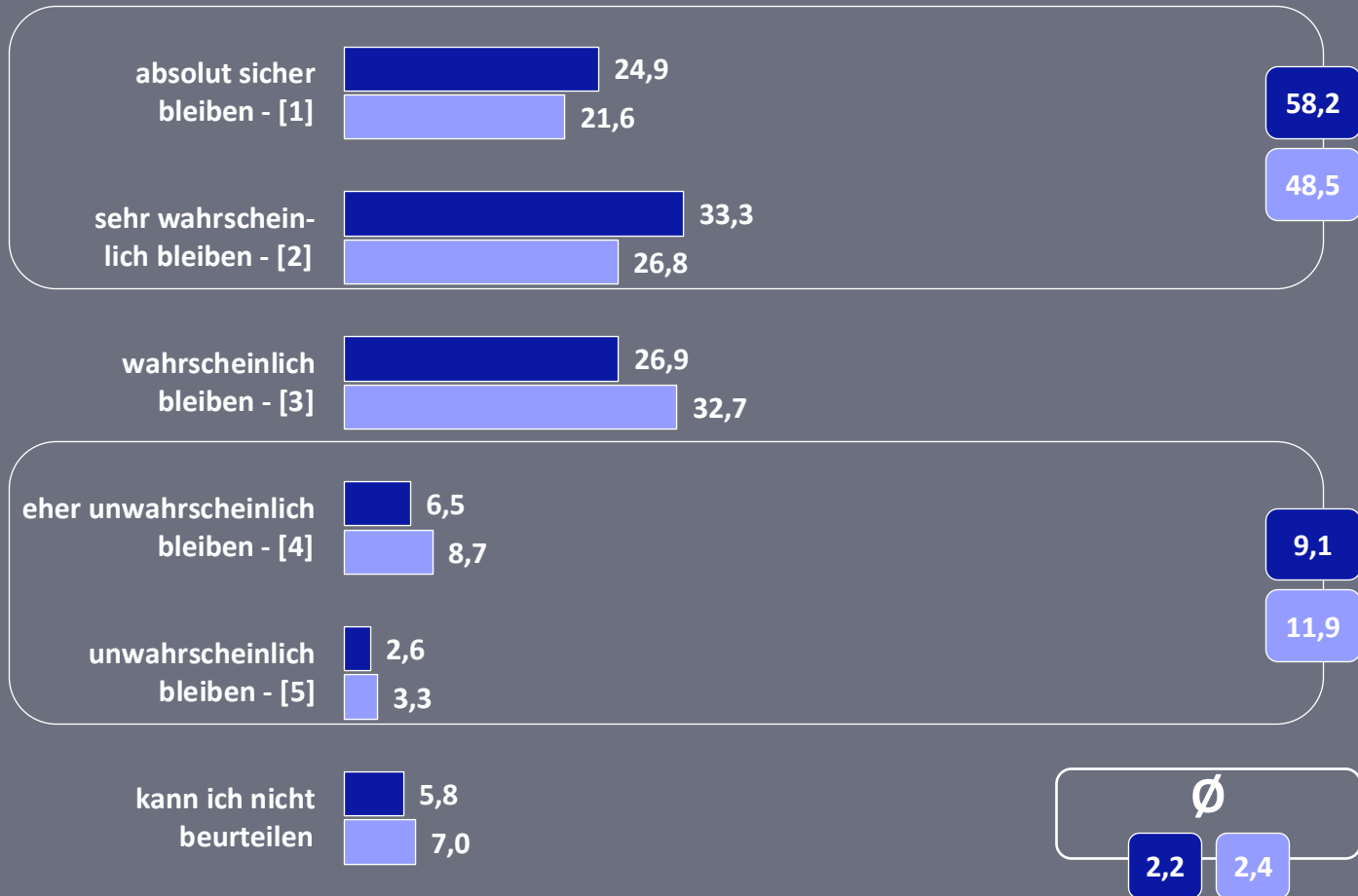
# Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif



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

**Mehr als ein Drittel der Betriebe hat derzeit einen Ökostromtarif.**

# Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger



Gründe für den Verbleib	
1.	bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
2.	günstiger Strompreis
3.	Sicherheit der Stromversorgung
4.	kenne derzeit keine bessere Alternative
5.	Bequemlichkeit/Gewohnheit/ Zeitmangel
6.	guter Service des bisherigen Anbieter
n = 886	

Gründe für den Wechsel	
1.	Strompreis
2.	schlechter Service
3.	Wechselbonus
n = 94	

Bundesbenchmark	
Bund	2,2
Big 3	2,3
reine Ökoanbieter	2,2
Discounter	2,3
Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
Regionalversorger	2,1

Frage 22: Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei seinem aktuellen Stromversorger bleiben? Werden Sie ...?

**Die Verbleibswahrscheinlichkeit ist im Jahresvergleich deutlich gestiegen!**

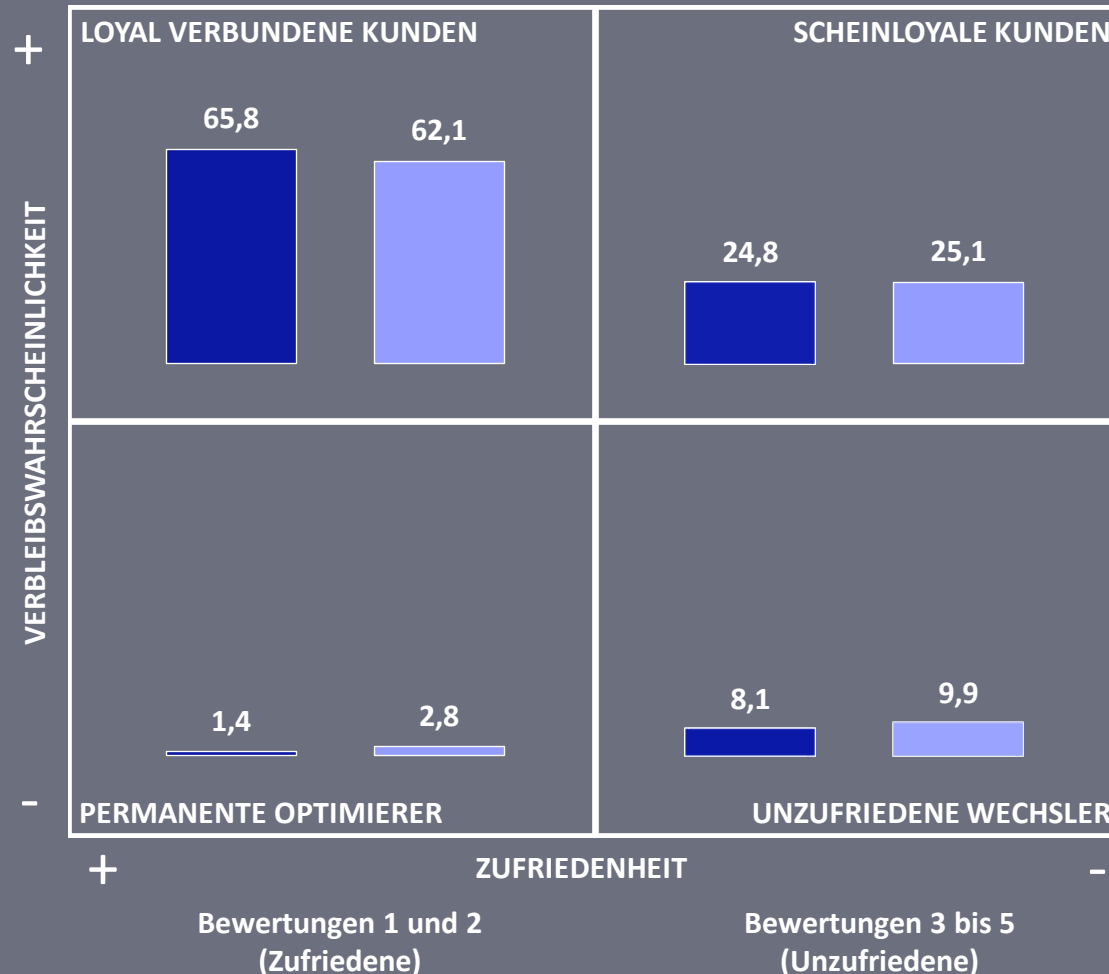
# Zufriedenheit-Bindungs-Tableau

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)

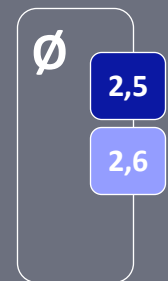
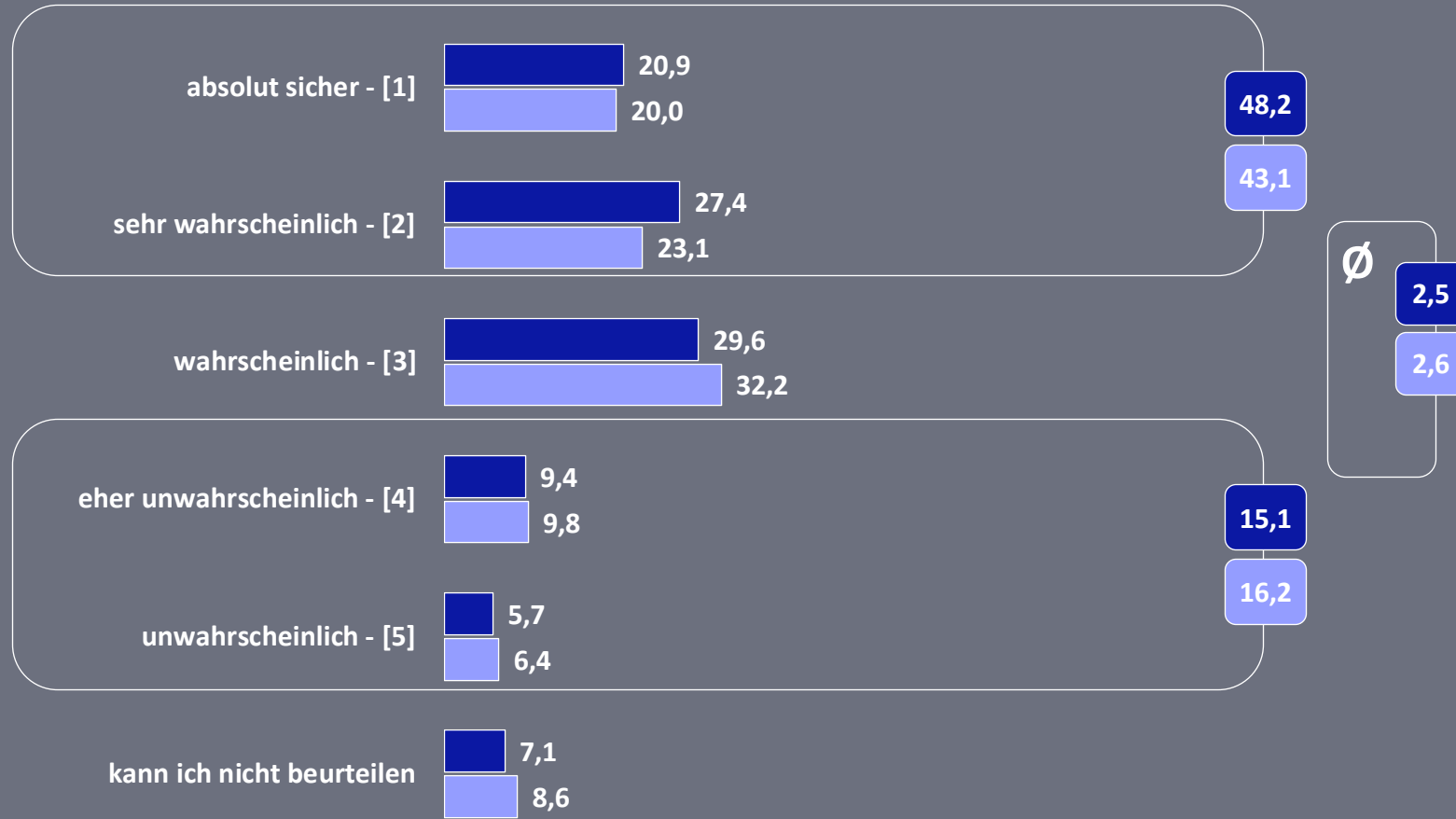
Bewertungen 4 und 5  
(eher unwahrscheinlich  
und unwahrscheinlich  
bleiben)

Bundesbenchmark	
Bund	65,8
Big 3	64,9
reine Ökoanbieter	70,3
Discounter	65,3
Stadtwerke/Lokalversorger	70,9
Regionalversorger	66,2



Der Anteil loyal verbundener Kunden ist gestiegen.

# Weiterempfehlungsquote

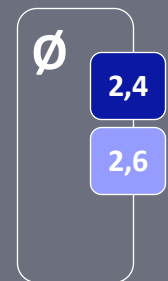
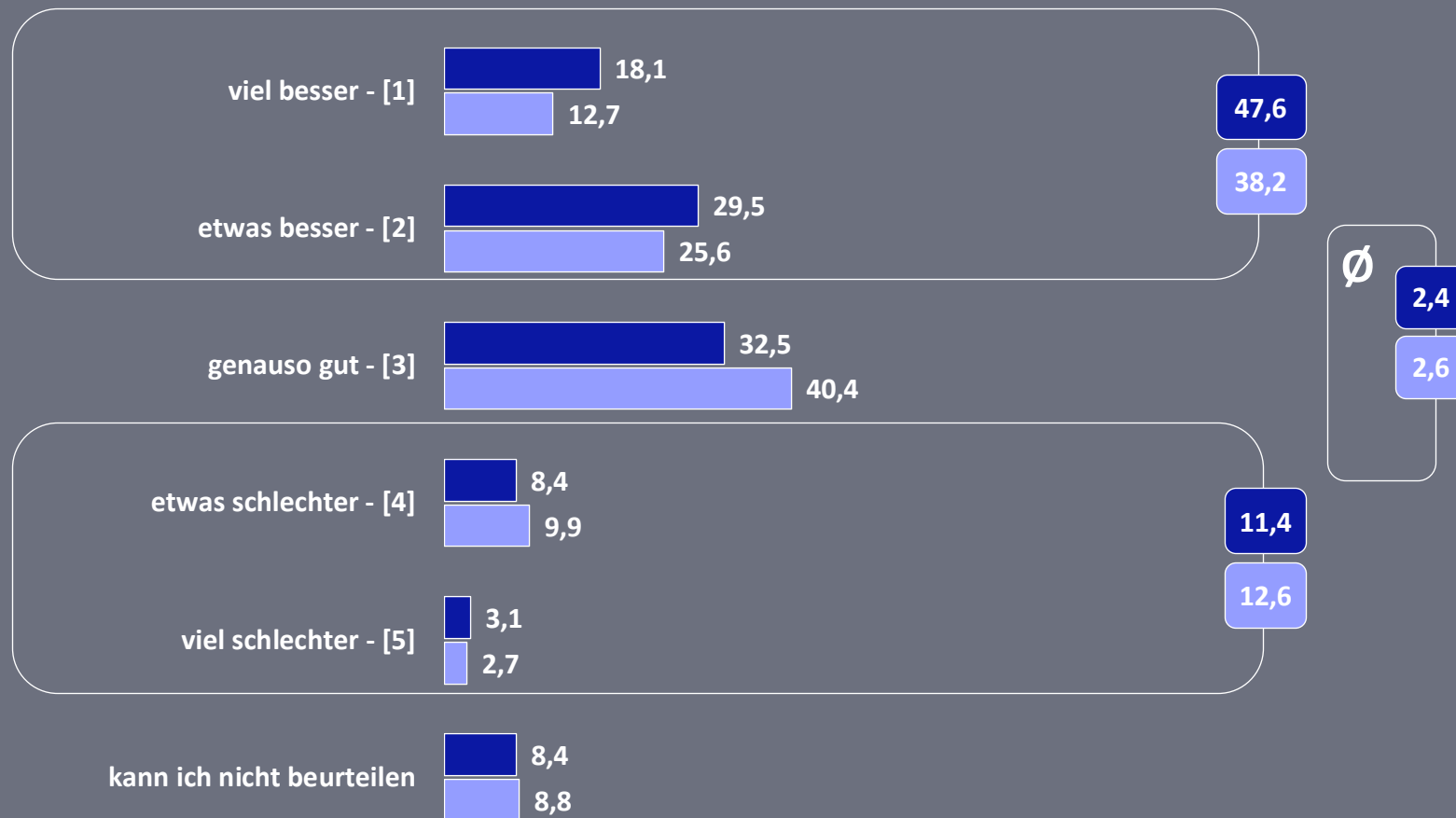


Bundesbenchmark	
Bund	2,5
Big 3	2,6
reine Ökoanbieter	2,3
Discounter	2,4
Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
Regionalversorger	2,3

Frage 23: Wenn Sie von einem geschäftlichen Kontakt um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

**Die emotionale Faktor Weiterempfehlung hat sich gegenüber dem Vorjahr erhöht.**

# Stromversorger im Vergleich



Bundesbenchmark	
Bund	2,4
Big 3	2,5
reine Ökoanbieter	2,3
Discounter	2,0
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,4

Frage 24: Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

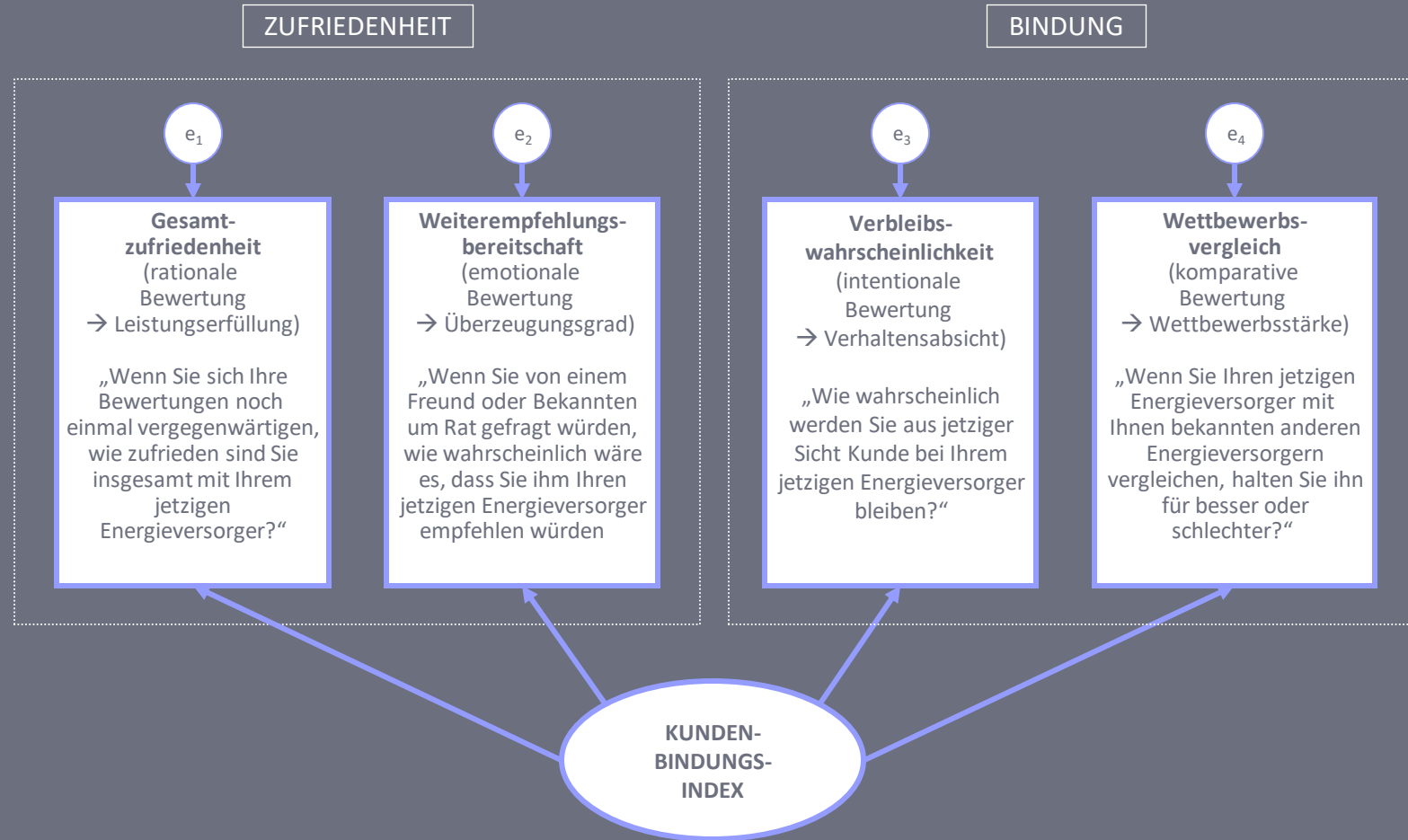
**Im Vergleich zu anderen Stromversorgern wird der eigene Versorger deutlich besser eingeschätzt.**

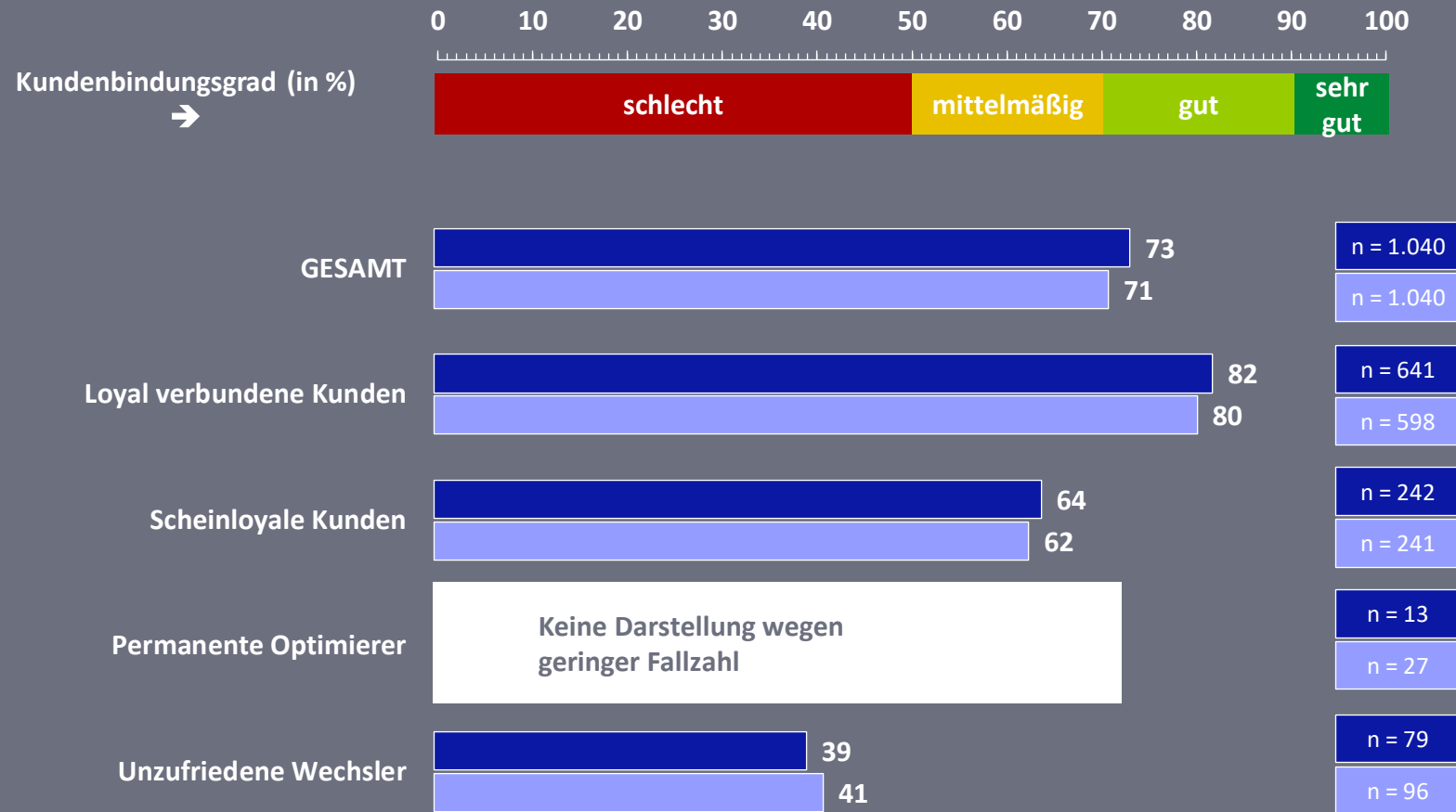


# Struktur und Ableitung des Kundenbindungsindex

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

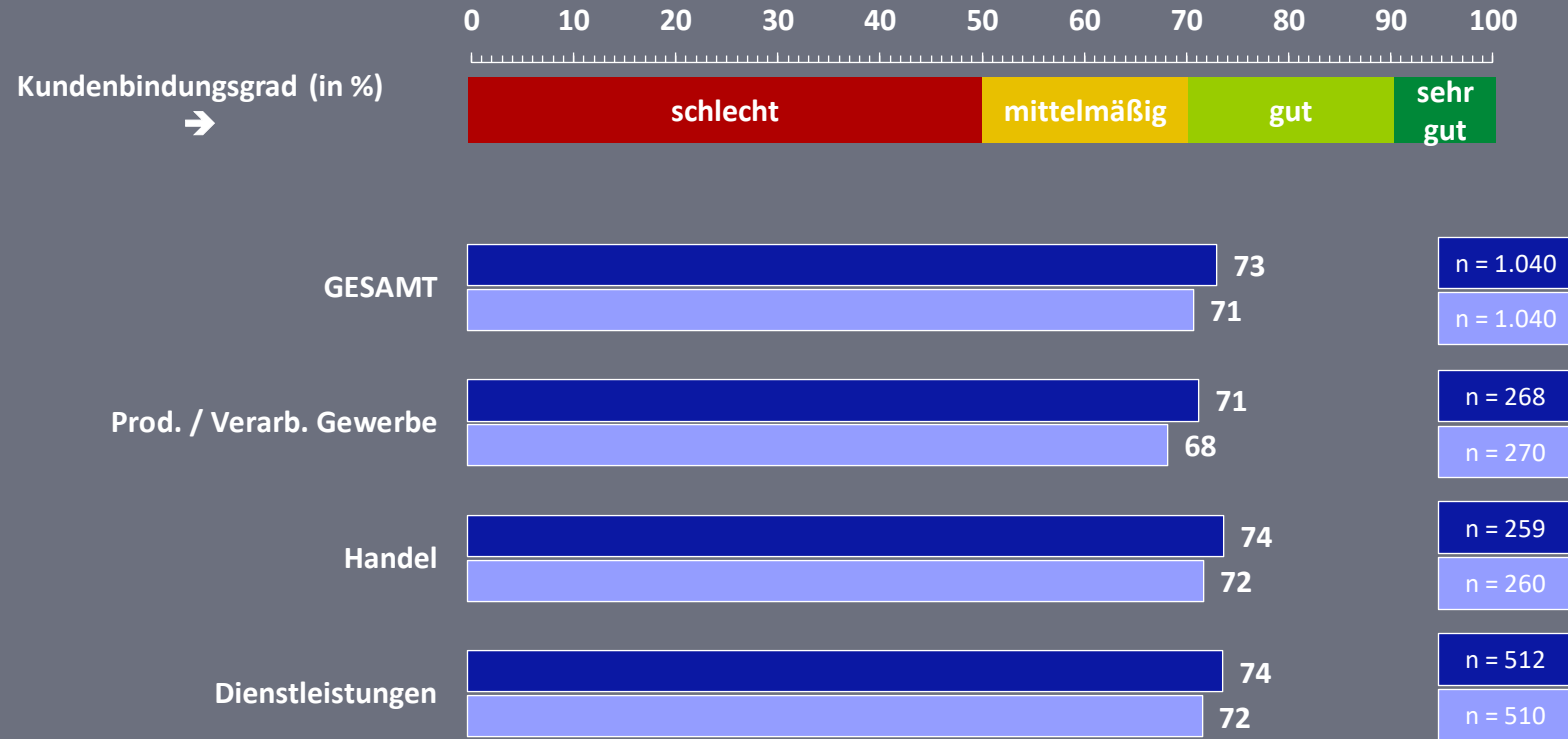




Bundesbenchmark	
Bund	73,0
Big 3	71,5
reine Ökoanbieter	75,4
Discounter	75,0
Stadtwerke/Lokalversorger	74,1
Regionalversorger	75,5

Die Kundenbindung ist leicht gestiegen und liegt im guten Bereich.

# Kundenbindungsindex – Strom – Differenziert nach Branche



Die höchste Kundenbindung weisen Handel und Dienstleister auf.

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

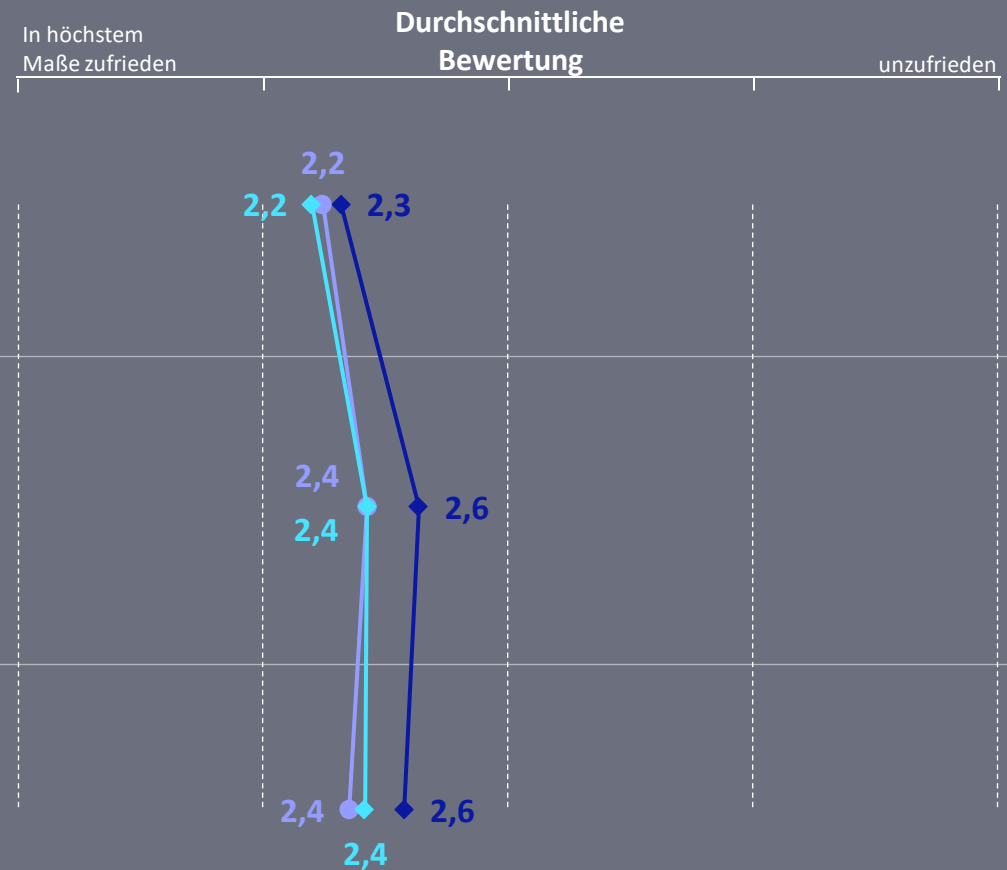
(Skala von 1 = „absolut sicher bleiben“ bis 5 = „unwahrscheinlich bleiben“)

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

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

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

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



Aspekte des Wettbewerbs werden vom produzierenden/verarbeitenden Gewerbe am schlechtesten bewertet.

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

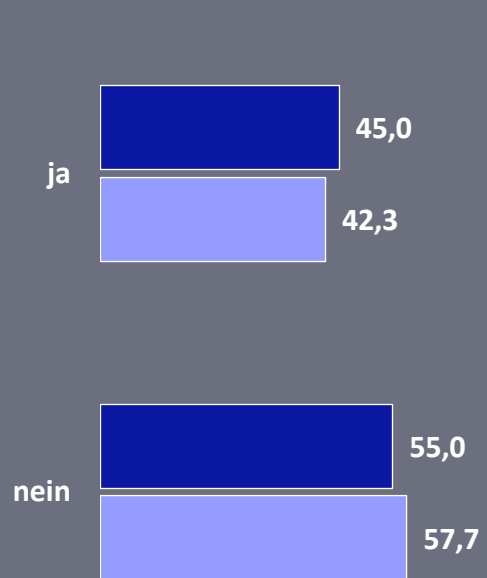
Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

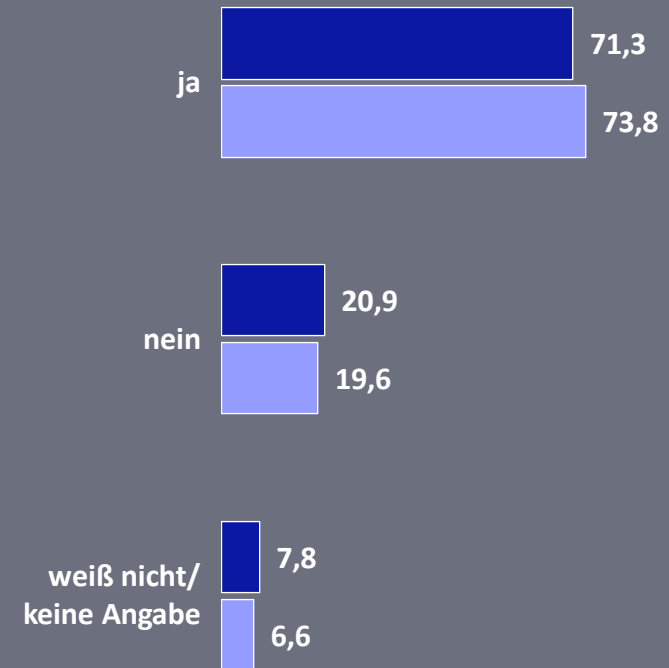
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

**Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft**

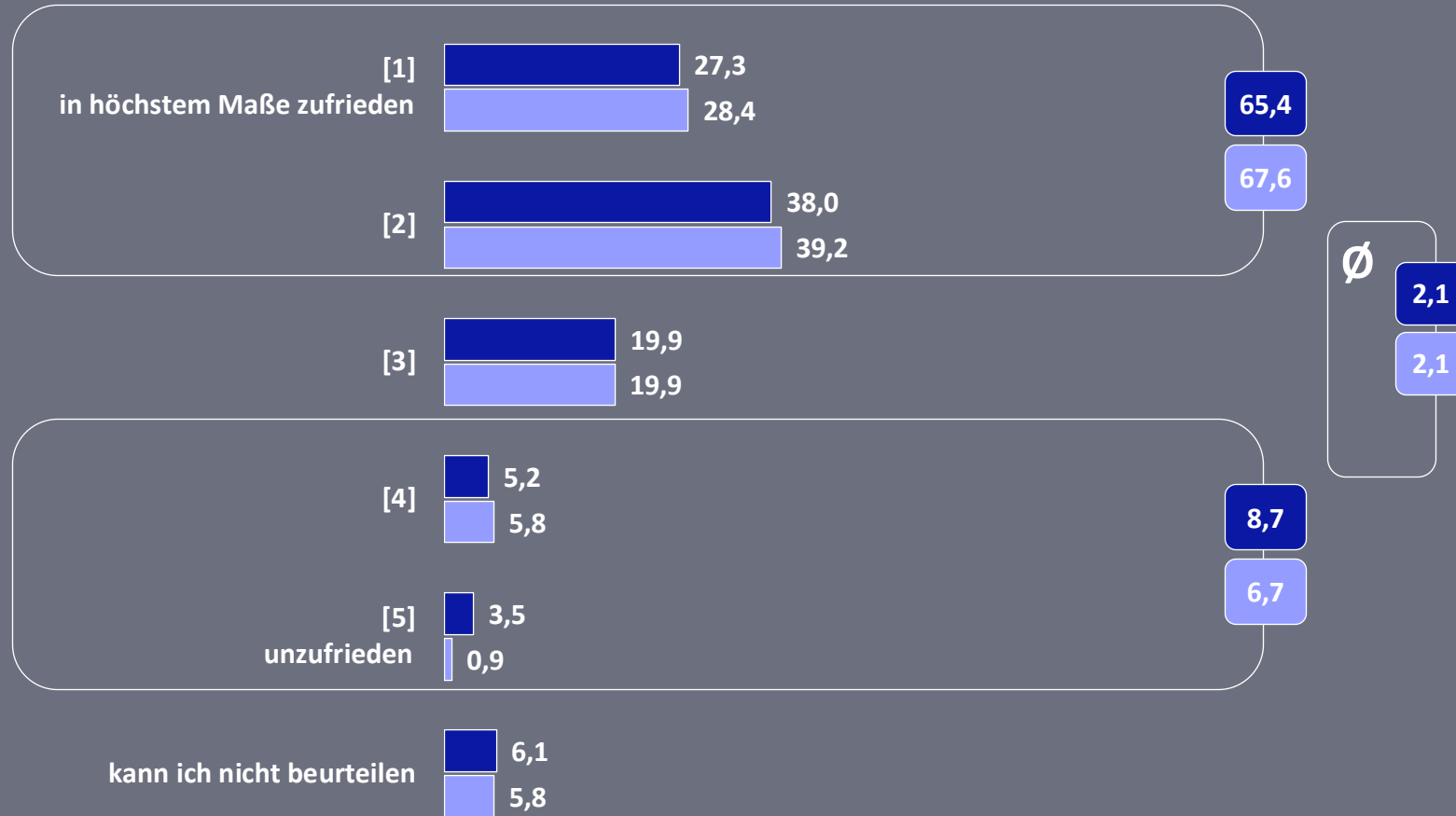
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU



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



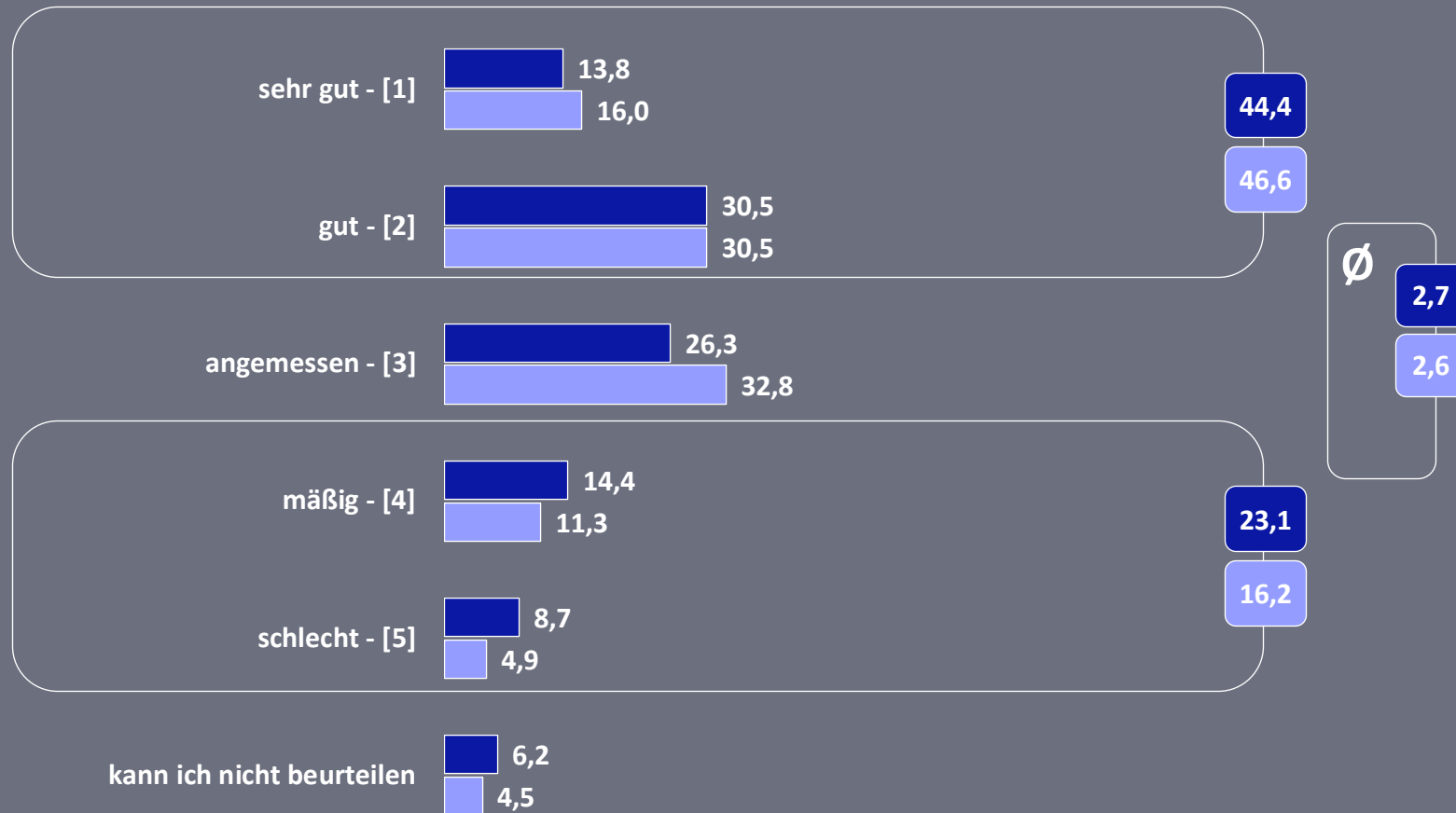
Frage SWI3: Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?



Frage 25: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger?

**Die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung wird unverändert als gut bewertet.**

# Preis-Leistungs-Verhältnis – Erdgas

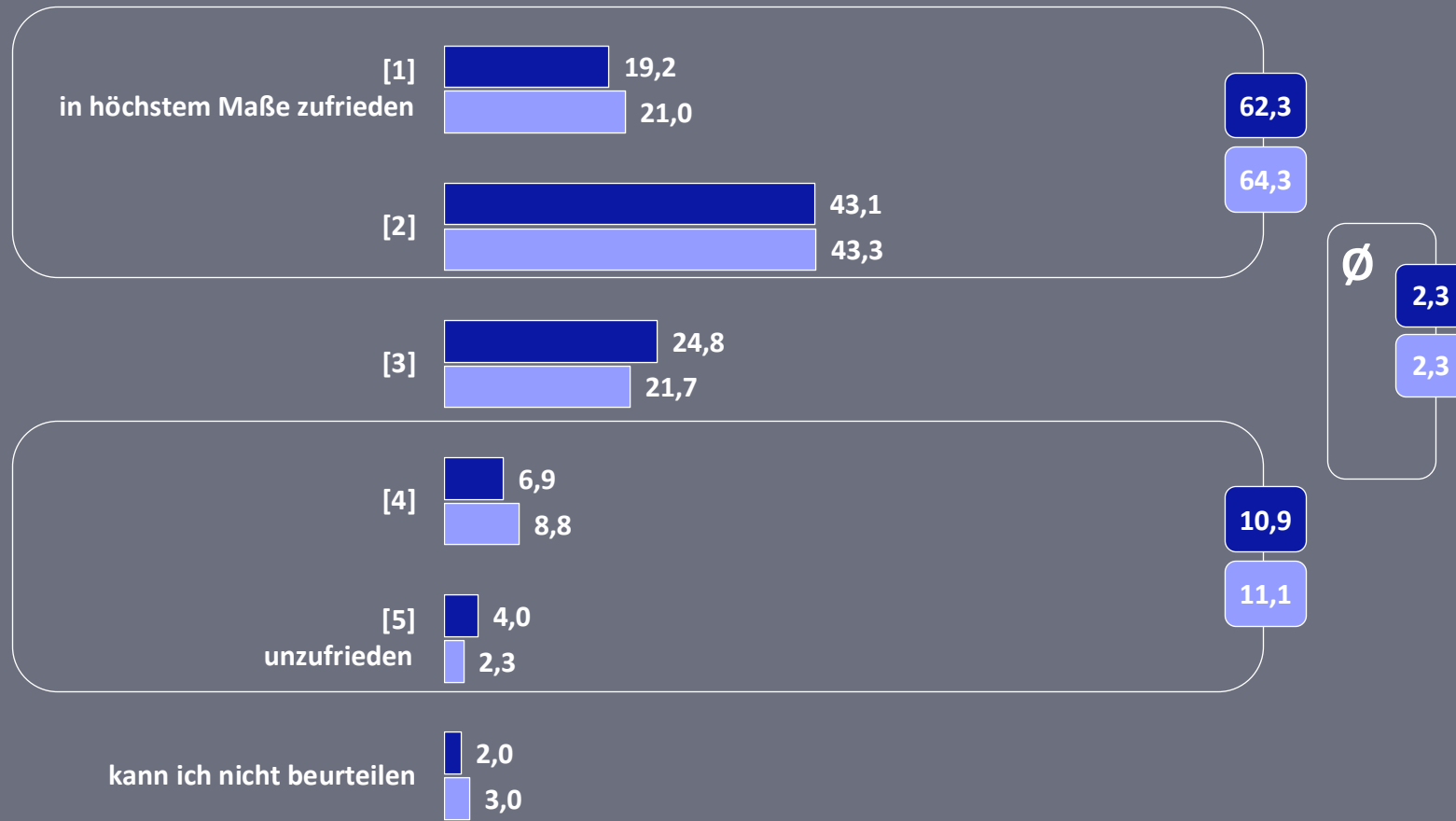


Frage 26: Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistung setzen?  
Ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Ihrer Sicht ...?

**Die Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses hat sich verschlechtert!**



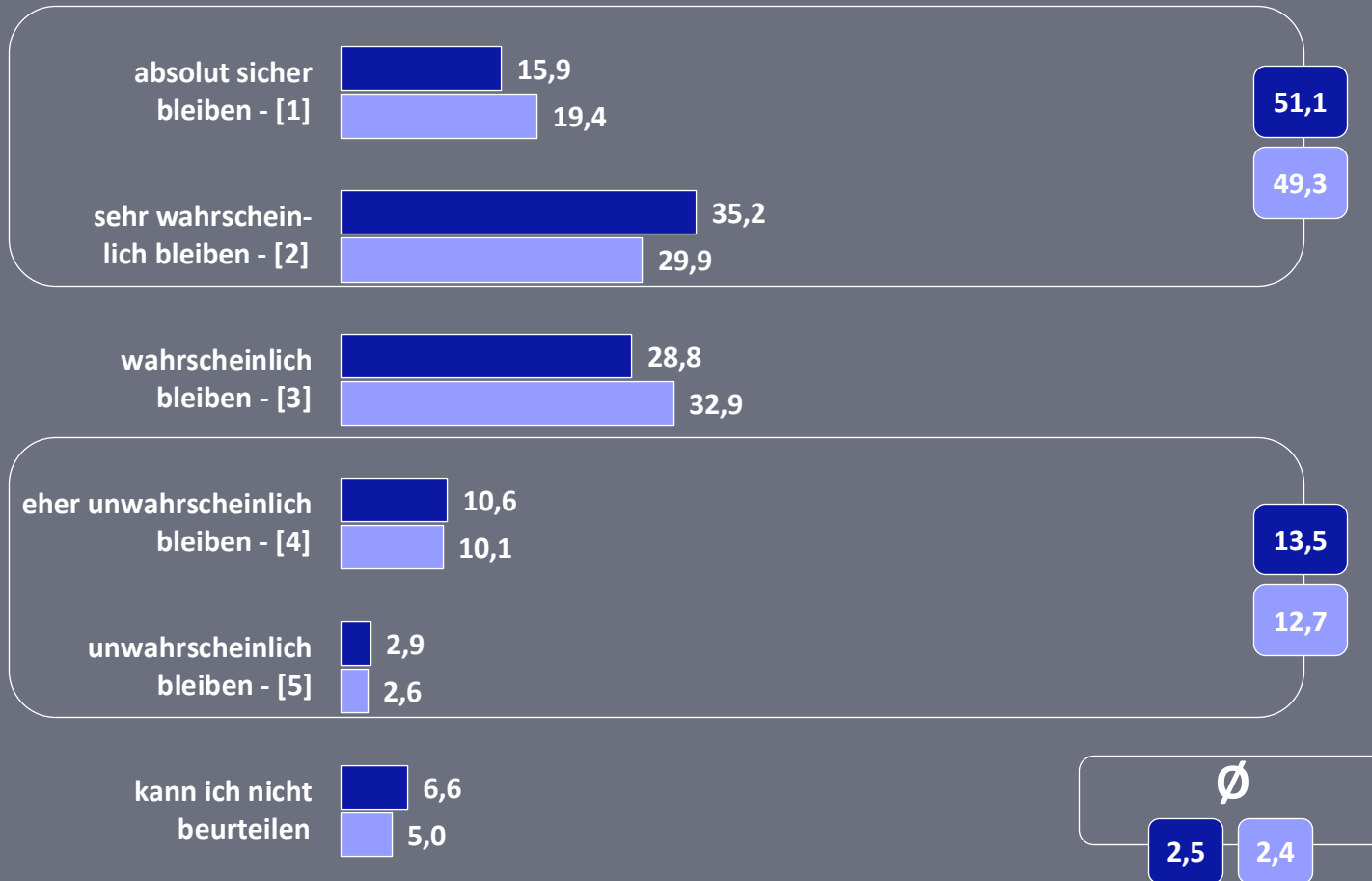
# A'posteriori-Gesamtzufriedenheit – Erdgas



Frage 27: Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Erdgasversorger?

**Die A'posteriori-Gesamtzufriedenheit ist nur durchschnittlich!**

# 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.	kenne derzeit keine bessere Alternative
5.	Bequemlichkeit/Gewohnheit/ Zeitmangel
6.	Wechsel ist zu aufwendig/lohnt nicht
n = 374	

Gründe für den Wechsel	
1.	Gaspreis
2.	schlechter Service
3.	Wechselbonus
n = 63	

Frage 28: Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Erdgasversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Erdgasversorger bleiben? Würden Sie ...?

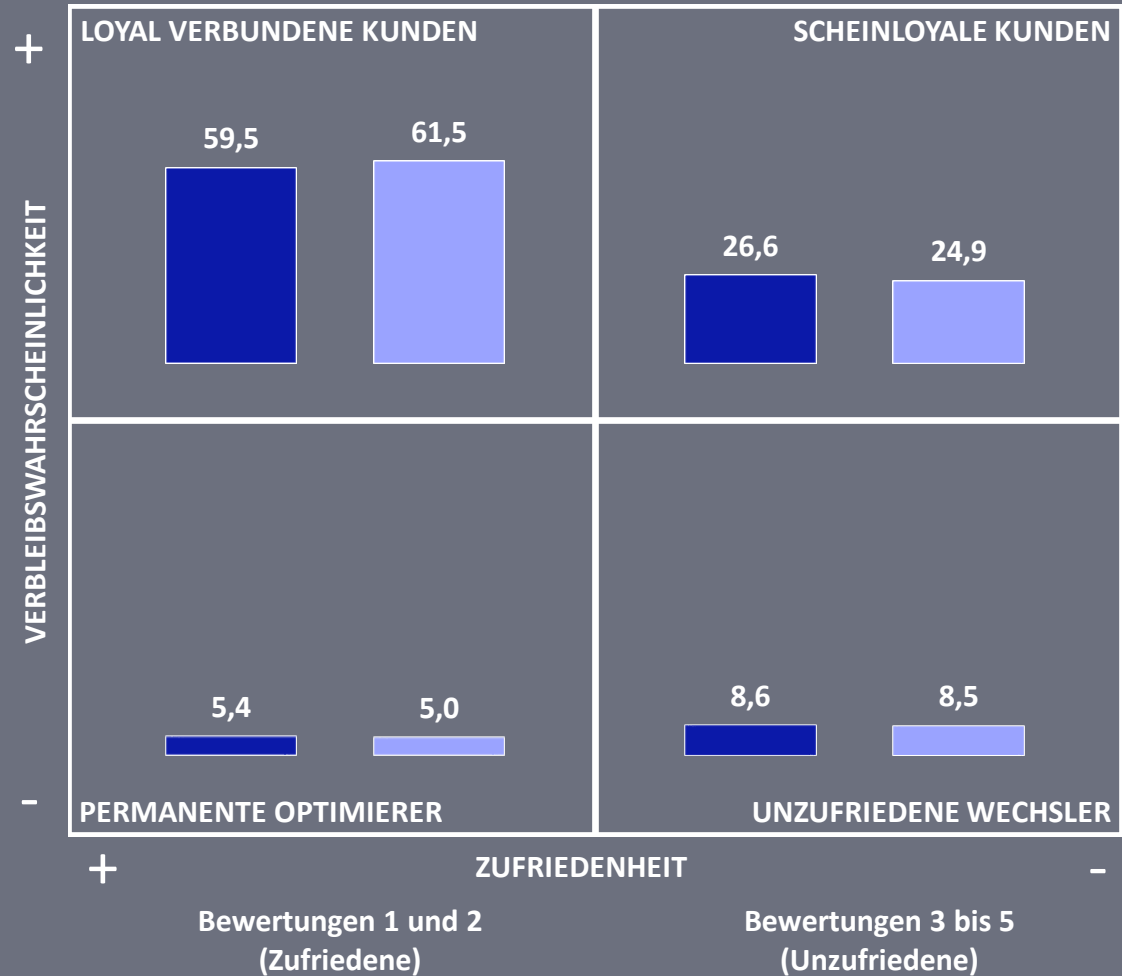
**Die Verbleibswahrscheinlichkeit beim aktuellen Erdgasversorger ist leicht gesunken.**

# Zufriedenheit-Bindungs-Tableau – Erdgas

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

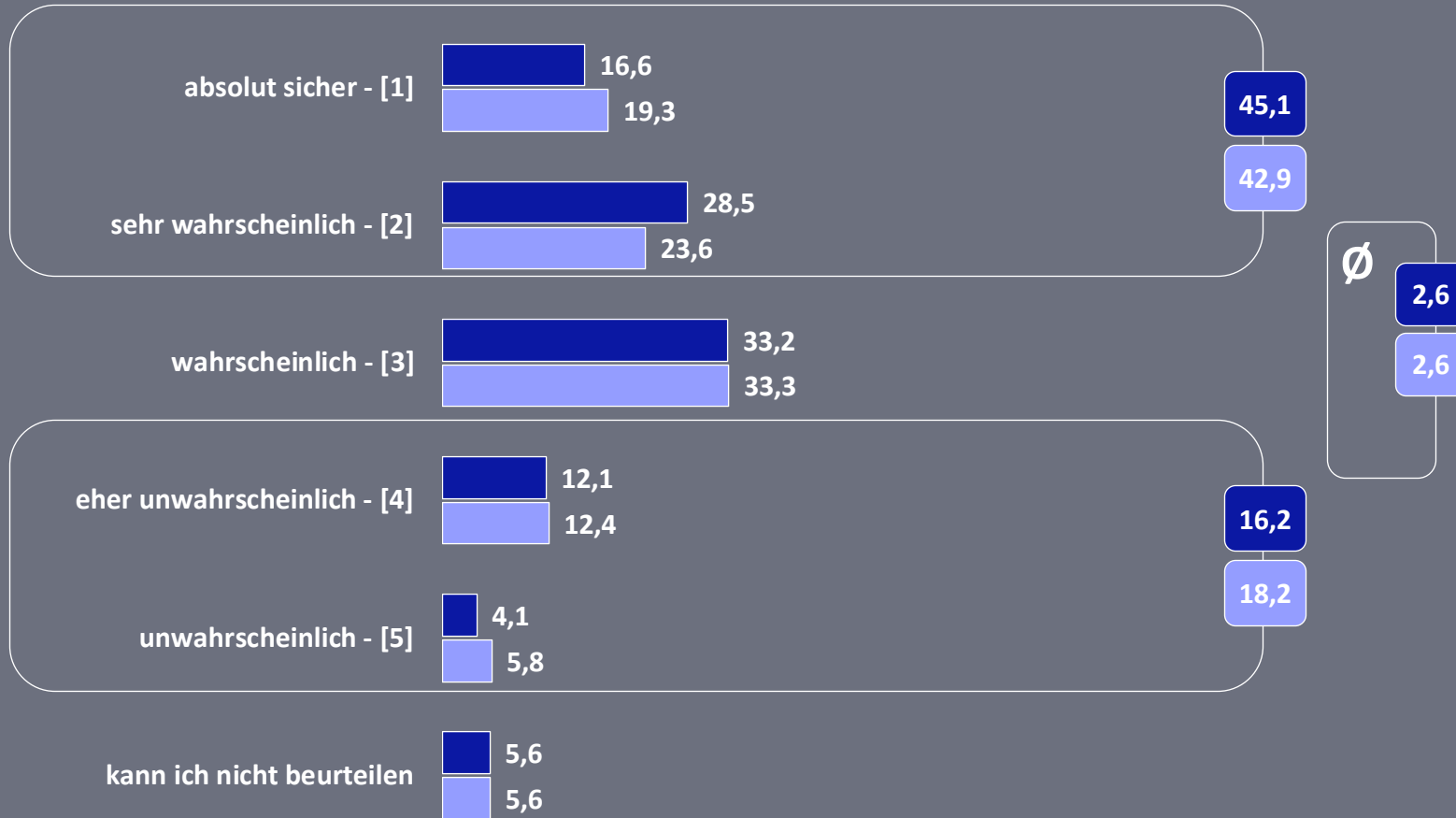
Bewertungen 1 bis 3  
(absolut sicher bis  
wahrscheinlich  
bleiben)

Bewertungen 4 und 5  
(eher unwahrscheinlich  
und unwahrscheinlich  
bleiben)



**Der Anteil loyal verbundener Erdgaskunden ist gesunken!**

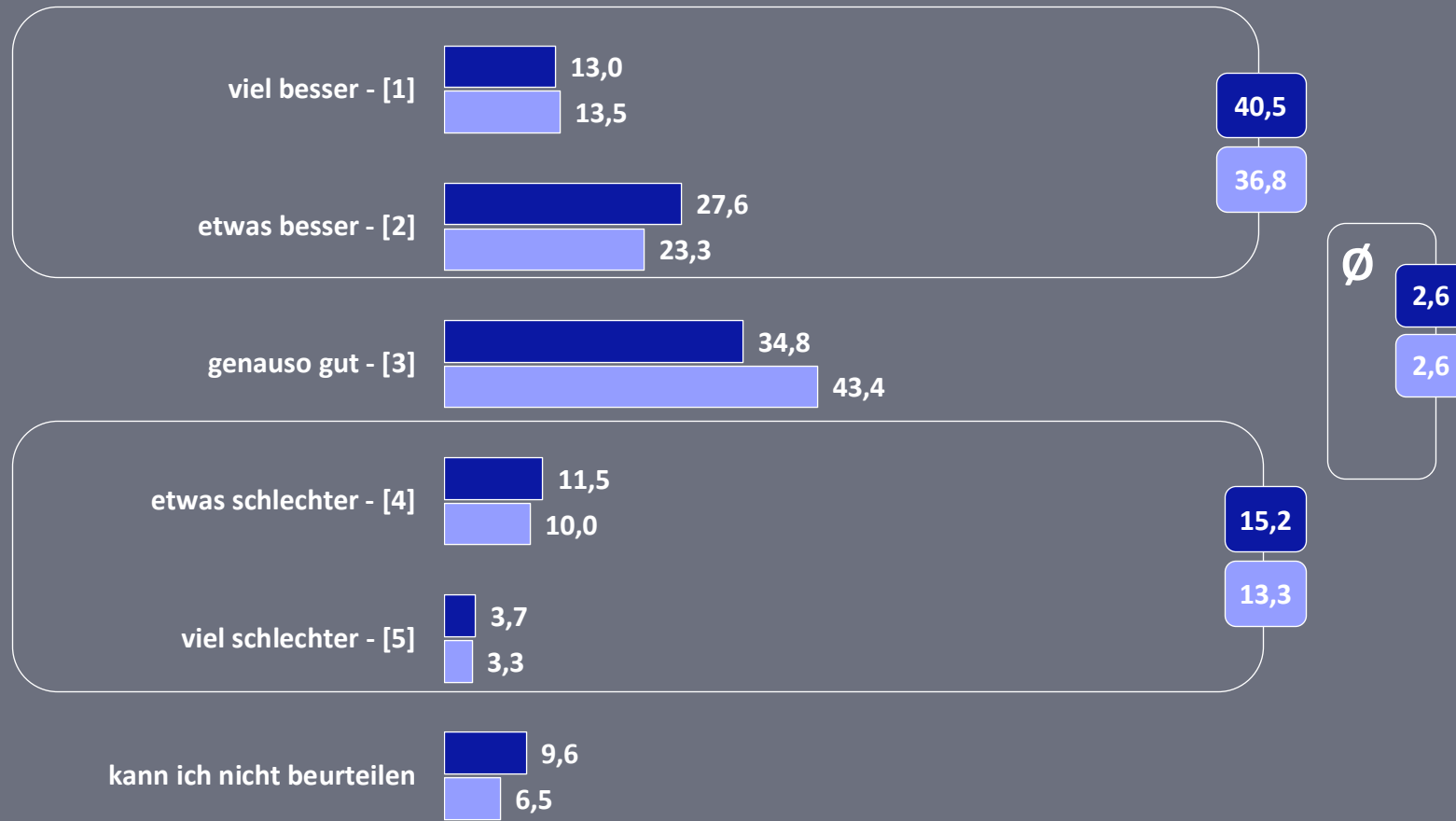
# Weiterempfehlungsquote – Erdgas



Frage 29: Wenn Sie von einem geschäftlichen Kontakt um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

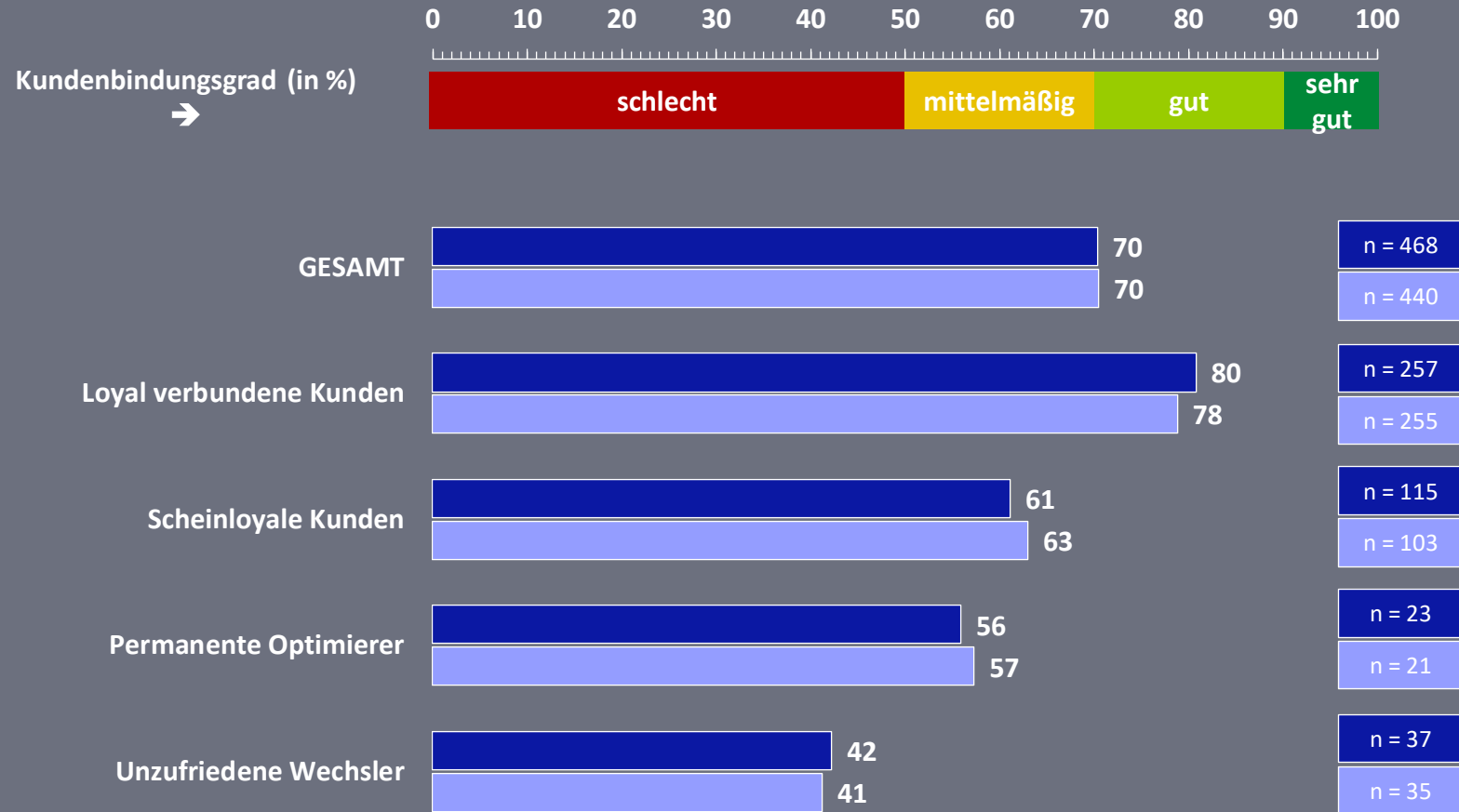
**Die Weiterempfehlungsquote liegt im Durchschnitt auf Vorjahresniveau.**

# Erdgasversorger im Vergleich



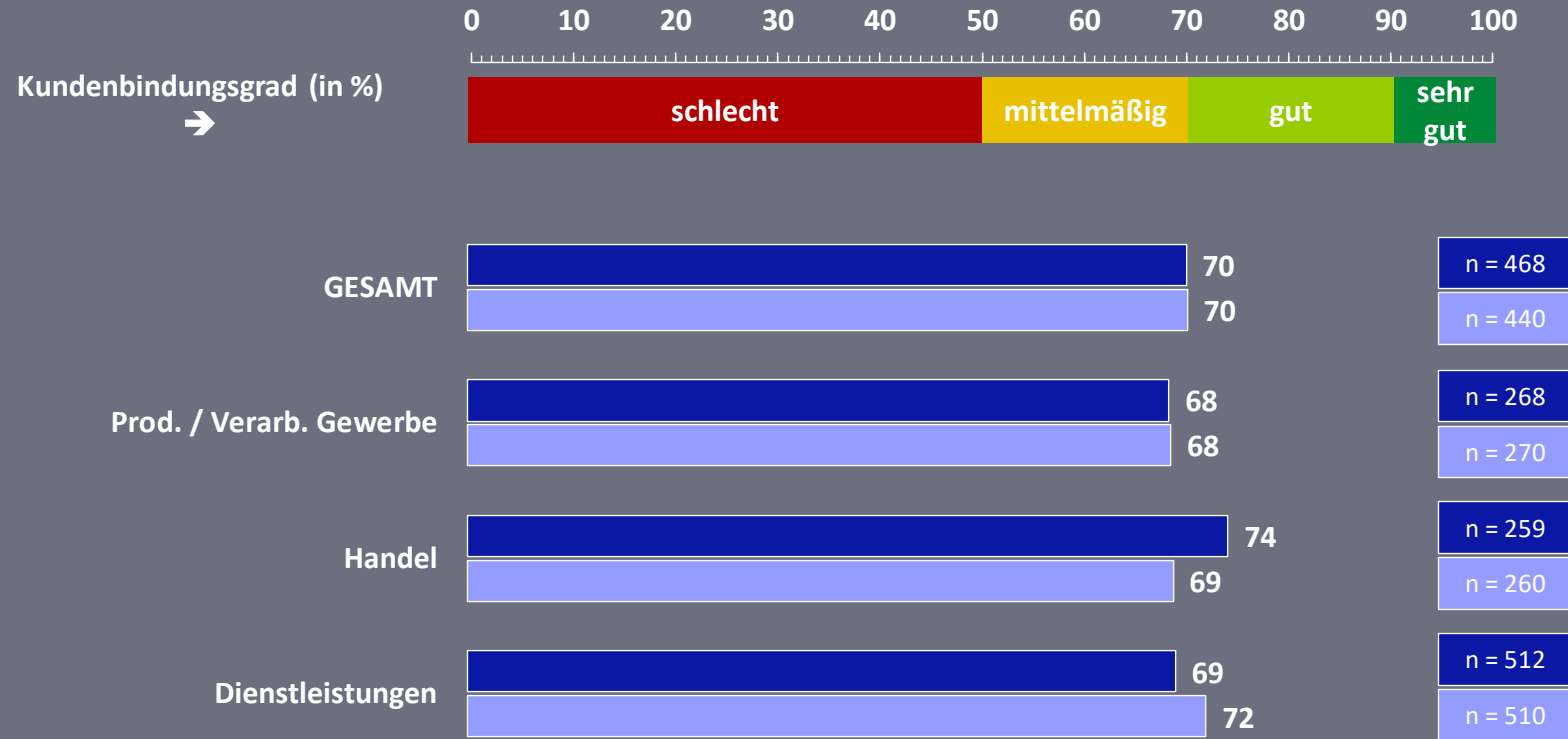
Frage 30: Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

**Der eigene Erdgasversorger wird im Vergleich mit anderen besser bewertet als im Vorjahr!**



Der Kundenbindungsindex liegt unverändert knapp im guten Bereich.

# Kundenbindungsindex – Erdgas – Differenziert nach Branche

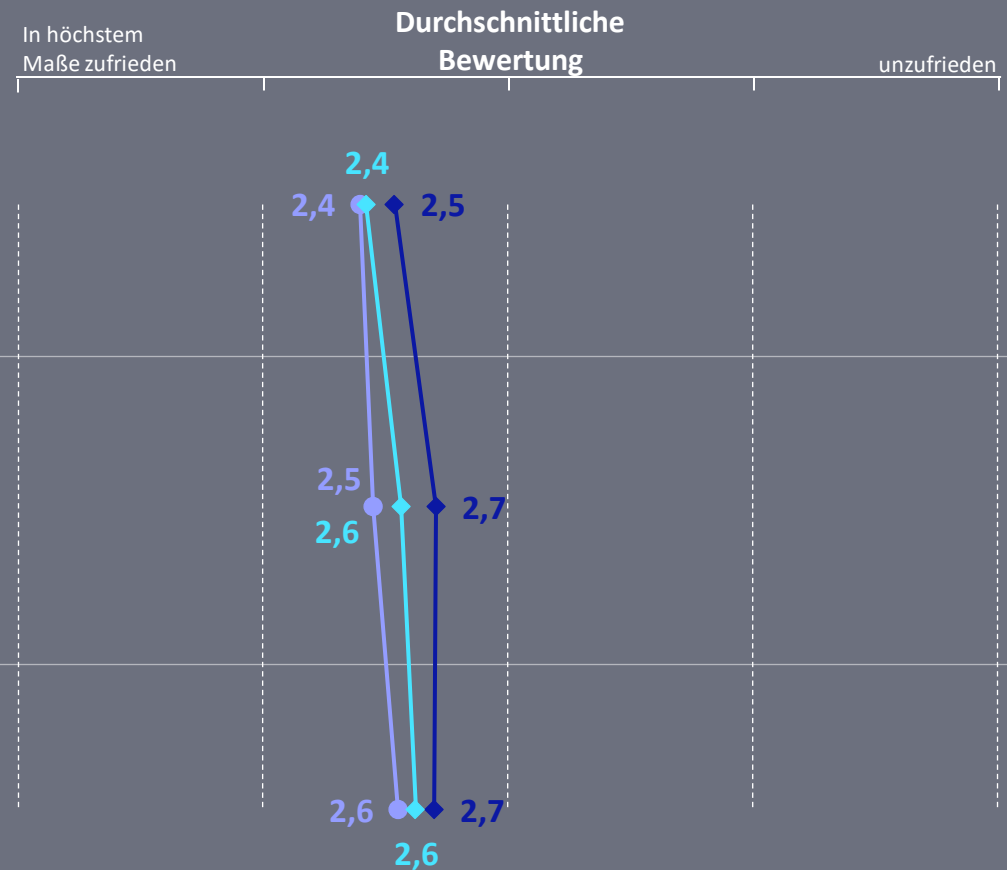


Die höchste Kundenbindung beim Erdgas erreicht der Handel.

Wie wahrscheinlich wird Ihr Unternehmen aus jetziger Sicht Kunde bei Ihrem aktuellen Erdgasversorger bleiben? Werden Sie ...?  
 (Skala von 1 = „absolut sicher bleiben“ bis 5 = „unwahrscheinlich bleiben“)

Wenn Sie von einem Geschäftsfreund um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?  
 (Skala von 1 = „absolut sicher“ bis 5 = „unwahrscheinlich“)

Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?  
 (Skala von 1 = „viel besser“ bis 5 = „viel schlechter“)



**Der Handel beurteilt die Aspekte des Wettbewerbs in der Erdgaswirtschaft am besten.**



Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

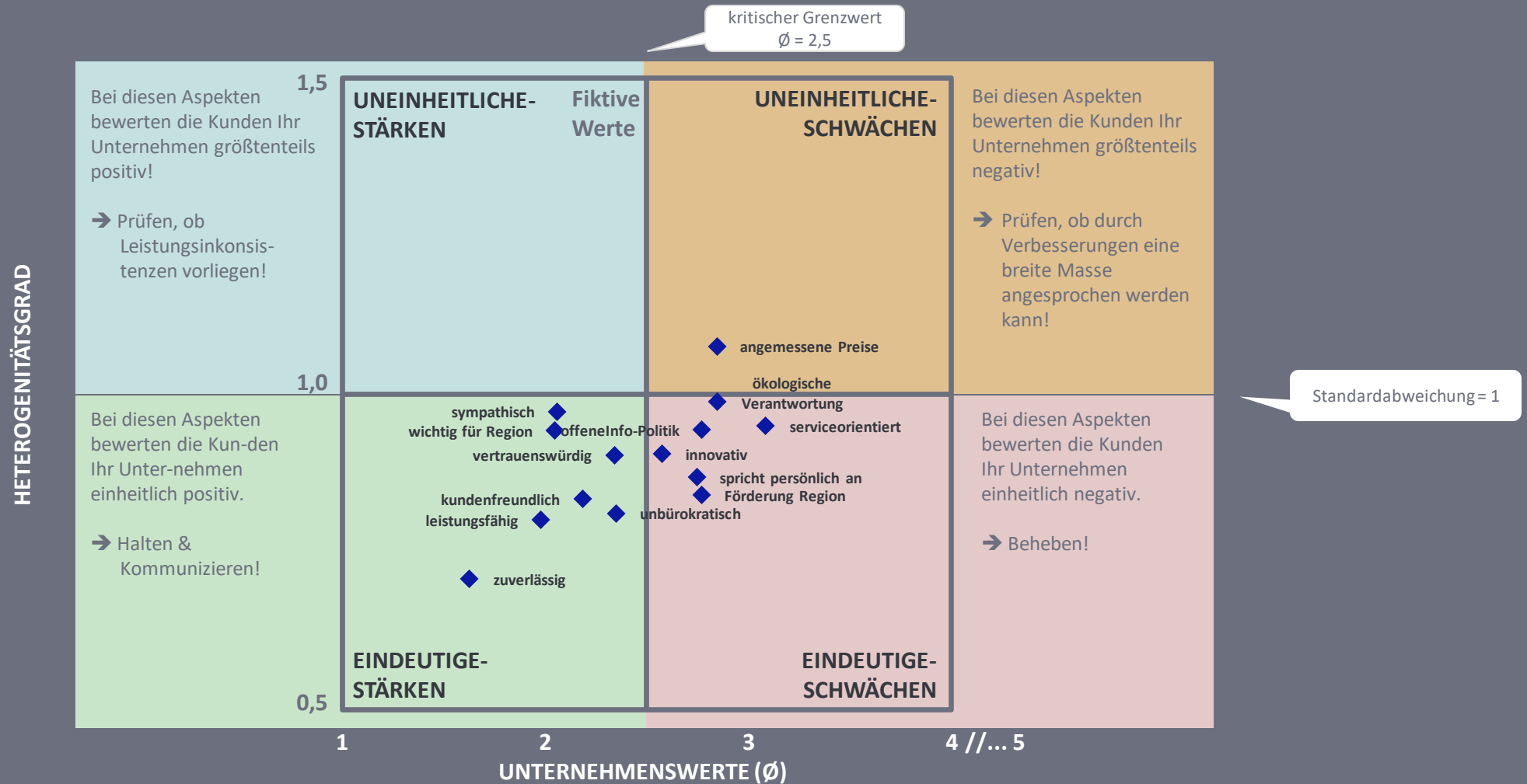
Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

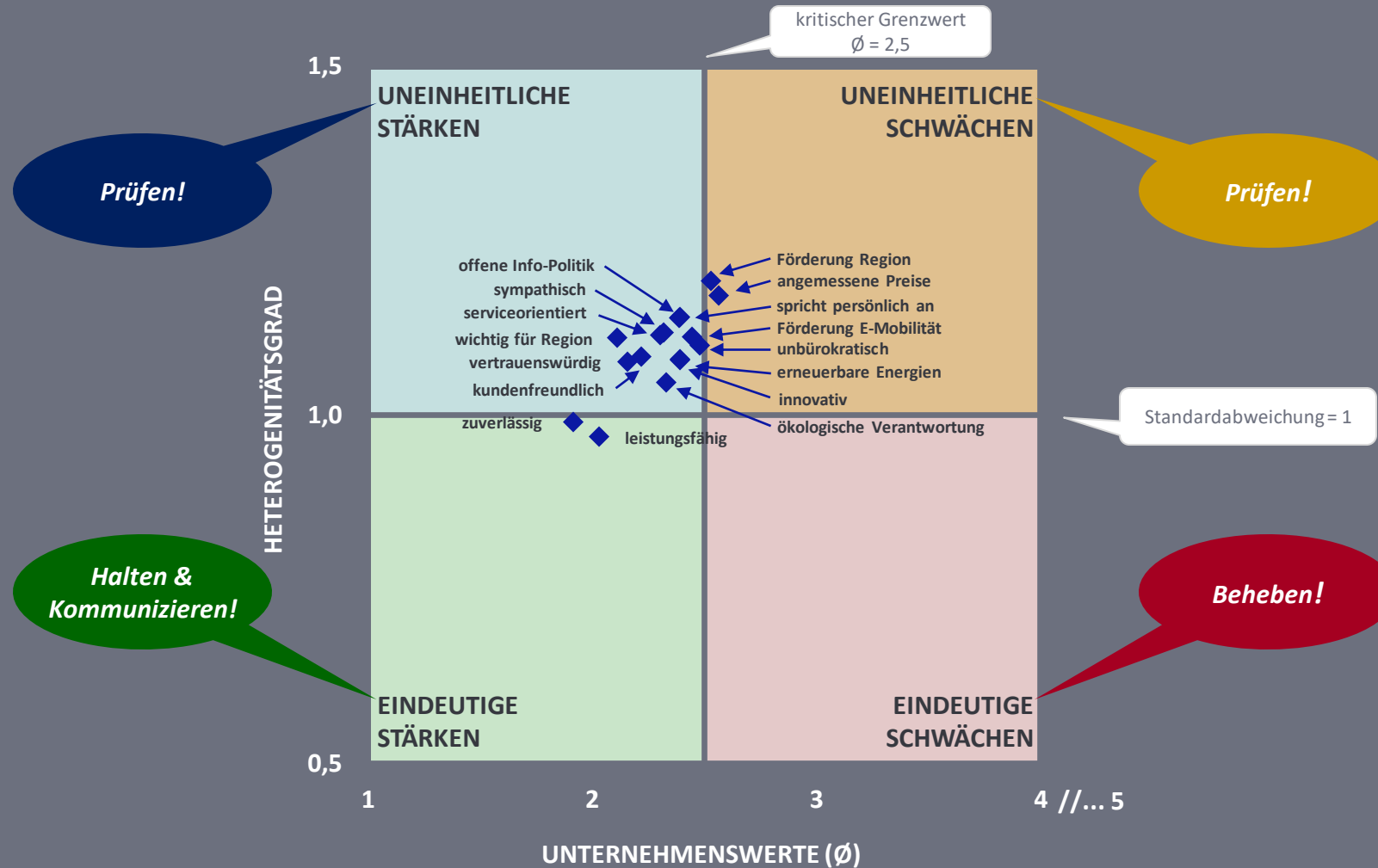
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

**Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU**

# Unternehmens-Check „Energieversorger“ – Erläuterung

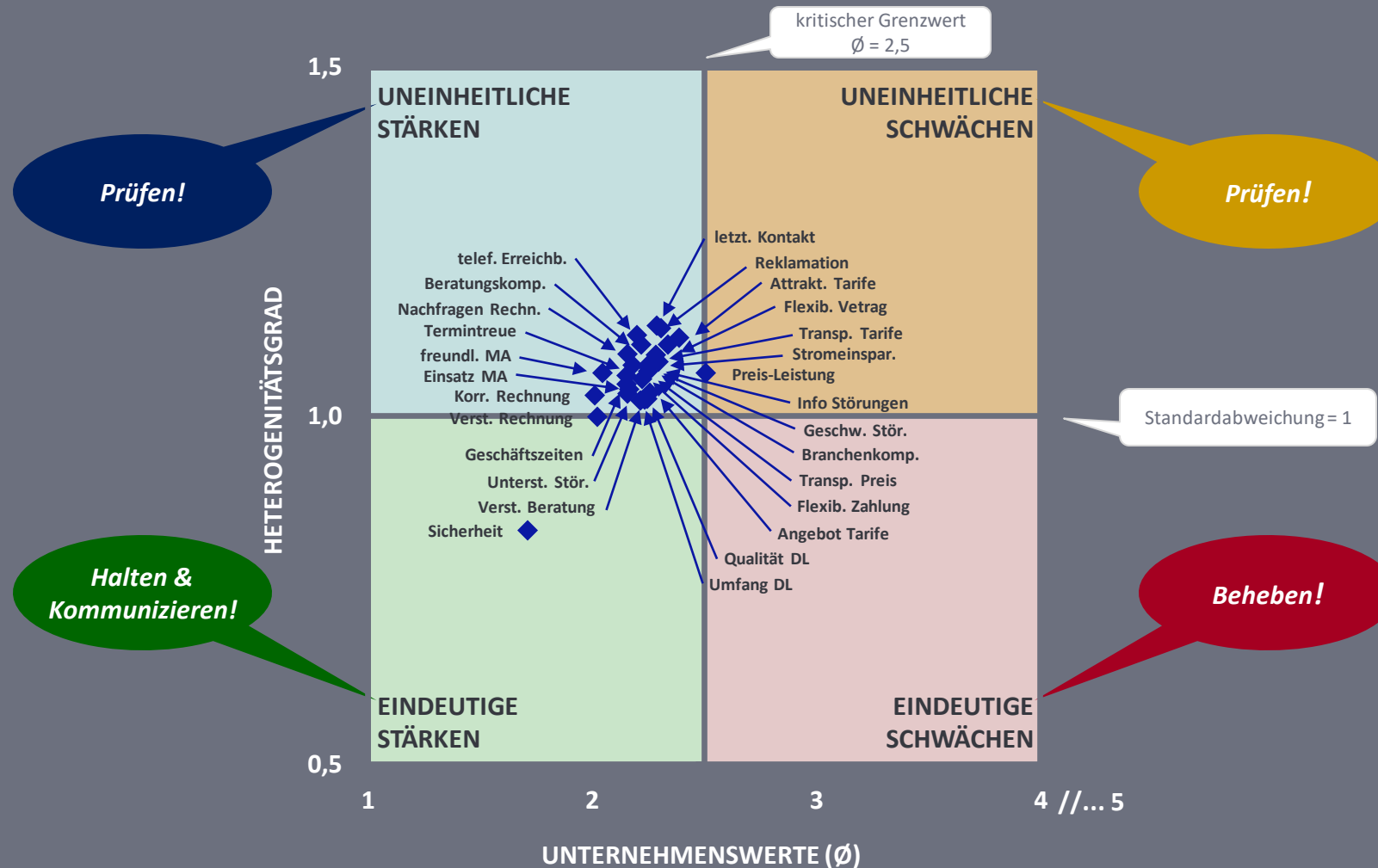


# Unternehmens-Check „Energieversorger“ – Unternehmensimage



Die Leistungsfähigkeit und die Zuverlässigkeit sind die einzigen eindeutigen Stärken der EVU.

# Unternehmens-Check „Energieversorger“ – Kundenzufriedenheit



Die Sicherheit der Stromversorgung ist die einzige eindeutige Stärke der EVU.