

BDEW Kundenfokus 2020/2021

Repräsentativbefragung
bei Privathaushalten im Bundesgebiet



Ergebnisbericht

Oktober 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	61
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft	74
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU.....	84
Ergebnisse der Modellanalyse	88
Anhang – Fragebogen	94

Eckdaten Welle 2020/21

Zielgruppe Haushalte

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

Methodik CATI

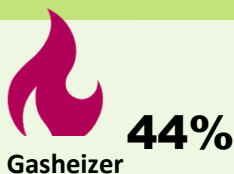
Die Datenerhebung erfolgte mittels computergestützter telefonischer Interviews (CATI) im institutseigenen Telefonstudio.

Fragebogen 20 Min.

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

Demografie

in der Stichprobe



Stichprobe n = 1.200

Die Bruttostichprobe umfasst n = 1.200 Interviews. Die Stichprobenziehung erfolgte nach Gabler-Häder.

Zeitraum Okt. 2020

Die Feldarbeit erfolgte in einem Zeitraum von 4 Kalenderwochen im Oktober 2020.

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 Haushalte 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



71%*
„vertrauenswürdig“

Emotionale Image-Items werden insgesamt relativ gut bewertet. Die höchsten Top-2-Anteile* besitzt die Vertrauenswürdigkeit (71%). Danach folgt mit leichtem Abstand die Bewertung des Faktors Sympathie (66%) sowie mit größtem Abstand die Faktoren Gefallen (58%) und Innovationsfähigkeit und Bürokratie (jeweils 55%). Mit recht deutlichem Abstand folgt der Faktor Offenheit/Ehrlichkeit (50%). Bei den letztgenannten Faktoren ist weiterhin ein Steigerungspotential erkennbar. Die Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr ist uneinheitlich, während sich Innovationsfähigkeit (-4%-Punkte) und Bürokratie (-3%-Punkte) verschlechtert haben, zeigen die Aspekte Vertrauen und Offenheit/Ehrlichkeit (jeweils +2%-Punkte) positive Tendenzen.

Insgesamt gute Bewertung emotionaler Faktoren, mit uneinheitlicher Entwicklung

Leistung



84%*
„zuverlässig“

Die höchsten Zustimmungsanteile erhalten die EVU weiterhin, wenn es um ihre Leistungsfähigkeit geht. Sie gelten als zuverlässig (Top-2: 84%), leistungsfähig (74%), kundenfreundlich (69%) und serviceorientiert (67%).

Auch beim sensiblen Thema Preise sind die Bewertungen recht positiv (Top-2: 63%) und haben gegenüber der letztjährigen Messung nochmals zugelegt (+3%-Punkte). Insgesamt zeigen Aspekte der Leistungsfähigkeit keine starken Veränderungen gegenüber dem Vorjahr, lediglich die Kundenfreundlichkeit zeigt mit einer Abnahme um 5%-Punkte eine deutlich negative Entwicklung.

Leistung ist die absolute Stärke der EVU

Ökologie



47%*
„arbeitet ökologisch verantwortungsvoll“

Bei diesem Thema fällt insbesondere auf, dass nach wie vor mehr als ein Viertel der Haushalte nicht in der Lage ist die Verbindung Ökologie - EVU zu bewerten (Anteile „kann ich nicht beurteilen“: 26-41%). Die Bewertungen sind auf durchschnittlichem Niveau, sowohl hinsichtlich des ökologisch verantwortungsvollen Arbeitens, als auch beim Engagement bei der Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energien und der Förderung von Elektrofahrzeugen.

Ökologie als Imagefaktor muss weiter ausgebaut werden

Regionale Verantwortung



58%*
„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 39% 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

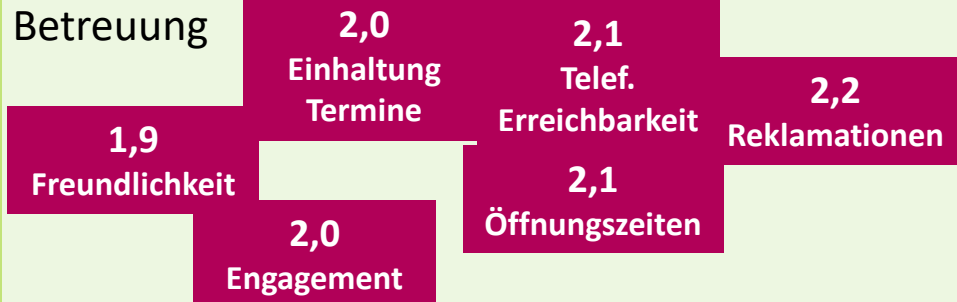
Das Image der deutschen EVU ist insgesamt positiv, wobei Aspekte, die Bürgernähe und Kundenfreundlichkeit ausdrücken, tendenziell eine negative Entwicklung zeigen. Regionale und ökologische Aspekte werden auch 2020 von den Kunden häufig nicht wahrgenommen und müssen als Treiber für ein positives Image 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 über Tarifangebote und 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*.



Die Betreuungszufriedenheit hält sich konstant auf hohem Niveau, wobei der Anteil derjenigen, die keine Bewertung abgeben konnten, mit 18-41% erwartungsgemäß hoch ausfällt. Auch die Bewertung des Reklamationsverhaltens ist vor dem Hintergrund der Sensibilität des Themas als gut zu bezeichnen und hat sich 2020 noch leicht verbessert.

Hohe Zufriedenheit mit der Betreuung

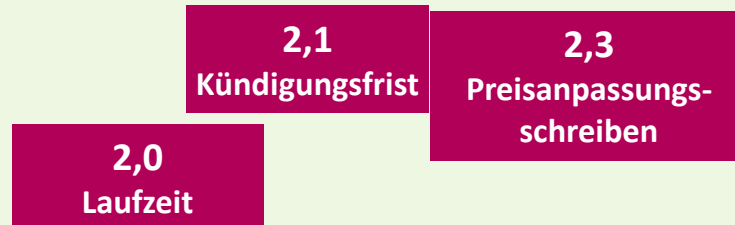
Rechnung



Die formalen Anforderungen an die Rechnungsstellung, wie Verständlichkeit und Korrektheit, sind weiterhin sehr 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 negativem Trend

Vertrag



Die Zufriedenheit mit Aspekten rund um den Vertrag ist unverändert hoch. Die Nachvollziehbarkeit der Begründung in Preisanpassungsschreiben ist gegenüber dem Vorjahr insgesamt besser (+5%-Punkte beim Top-2-Anteil).

Hohe Zufriedenheit mit Vertragsmodalitäten

* 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 über Tarifangebote und 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*.

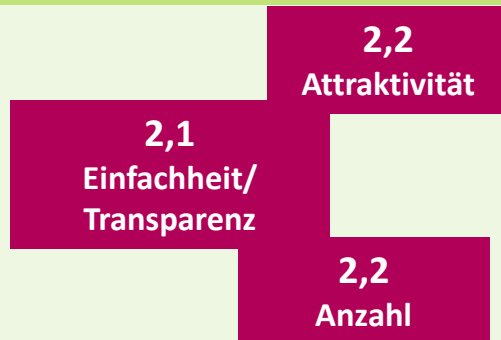
Dienstleistungsangebot



Mit positiver Tendenz im Jahresvergleich (+3 bis 6 %-Punkte bei Top-2-Bewertung) fällt die Bewertung der angebotenen und erbrachten Dienstleistungen gut aus. Mit Anteilen um die 30% können Viele Kunden hier keine Bewertung abgeben.

Hohe Zufriedenheit mit angebotenen Dienstleistungen

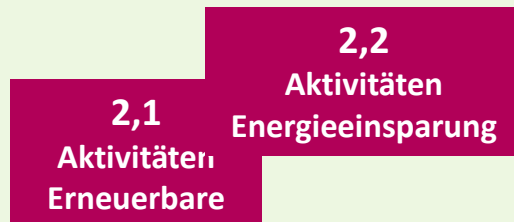
Tarife



Die Zufriedenheit mit Tarifaspekten ist weiterhin durchschnittlich und weist gegenüber 2019 keine nennenswerten Verbesserungen auf. Der Anteil derjenigen, die sich eine Bewertung zutrauen, ist zwar marginal gestiegen, aber mit bis zu 18% immer noch relativ hoch, sodass Aufklärungsarbeit von Seiten der EVU weiterhin notwendig ist.

Durchschnittliche Zufriedenheit mit Tarifen

Ökologie



Ökologische Aktivitäten sind nach wie vor beim Kunden entweder unbekannt - rund jeder Dritte kann keine Bewertung abgeben - oder erhalten nicht durchgehend gute Bewertungen, jedoch bessere Bewertungen als noch vor einem Jahr (+3 bis 6%-Punkte bei Top-2-Bewertung).

Weg zeigt Erfolg und ist beizubehalten

* 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 über Tarifangebote und 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*.

Sicherheit der Versorgung

1,6

Sicherheit/
Zuverlässigkeit

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.

Sehr hohe Zufriedenheit und Bestwert insgesamt

Preise

2,4

Preis-Leistungs-
Verhältnis

Die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis kann als gut bezeichnet werden, da beim Thema Preise andere Maßstäbe gesetzt werden müssen. Gegenüber dem Vorjahr zeigen sich keine signifikanten Veränderungen.

Hohe Zufriedenheit bei Preis-Leistung

Gesamtzufriedenheit

2,1

Gesamtbewertung

Die Gesamtzufriedenheit liegt mit 71% (sehr) guter Bewertungen, wie schon 2019, auf hohem Niveau. Insgesamt deutet sich aber ein negativer Trend an (-6%-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 Vergleich mit Wettbewerbern abgeleitet.



Die Wechselquote ist gegenüber der Welle 07/20 des BDEW Energietrends um 0,4 Prozentpunkte gestiegen und liegt aktuell bei 48,2%.

Wechselquote konstant

ZUFRIEDENHEIT

2,1*



Zwar leicht verschlechtert sind immer noch 71% mit ihrem Stromversorger zufrieden.

VERBLEIB

2,3*



59% geben an (-4%-Punkte), (sehr) wahrscheinlich bei ihrem Stromversorger zu bleiben.

EMPFEHLUNG

2,5*



Unverändert würden 52% ihren Stromversorger weiterempfehlen. Eine negative Tendenz zeigt sich durch die Zunahme schlechter Bewertungen um 3%-Punkte.

VERGLEICH

2,6*



Wie schon 2019 halten 37% ihren Stromversorger für besser als andere.

73%



Kundenbindung weiterhin auf hohem Niveau

Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung nur geringe Veränderungen auf und wenn, dann in leicht negativer Richtung. Der Kundenbindungsindex liegt nun bei 73%, einem Minus von 1%-Punkt (auf einer Skala von 0 bis 100%).

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

Wahrnehmung der EVU

Dieses Thema beinhaltet die Messung von Bekanntheitswerten und Wahrnehmungsquellen sowie das Informationsverhalten der Haushalte. Abschließend erfolgte die Bewertung wahrgenommener Werbung.

Bekanntheit

Hinsichtlich der Bekanntheit treten keine nennenswerten Veränderungen gegenüber 2019 auf (ungestützte Bekanntheit: E.ON 47%, Stadtwerke 41%, RWE 37%). RWE (-3%-Punkte) weist einen leichten Rückgang auf.

Keine Veränderungen in der Rangfolge

Quellen

Tageszeitungen sind die wichtigsten Wahrnehmungsquellen (21%), gefolgt von Infopost/Postwurfsendungen (19%). Der Anteil derjenigen, die nichts wahrgenommen haben, liegt bei 28%. Bei allen Nennungen gab er im Vergleich zum Vorjahr keine Änderungen.

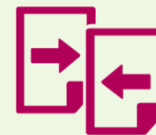
Tageszeitungen dominieren weiterhin

Werbeerinnerung

Rund 24% können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern. Hier ist, wie schon 2019, eine leicht abnehmende Tendenz feststellbar. Mailing-Aktionen und Tageszeitungen weisen die höchste Werbeerinnerung auf (34% bzw. 26% der Werbeerinnerer).

Trend der abnehmenden Werbeerinnerung setzt sich fort

56%  **informieren sich mind. 1x im Jahr**



57%/45%
**Vergleichsportale/
Internetseiten EVU**

Informationsverhalten

Mehr als die Hälfte informiert sich mindestens einmal jährlich über EVU und deren Preise. Knapp 1/4 (-4%-Punkte zu 2019) zeigt daran überhaupt kein Interesse.

Preisvergleiche sind populär

Die wichtigste Informationsquelle ist wie im Vorjahr das Internet: Vergleichsportale (57%; +5 Prozentpunkte) und Seiten von Energieversorgern (45%; +3 Prozentpunkte) werden am häufigsten zur Information genutzt, gefolgt von Tageszeitungen/Zeitschriften/Fachzeitschriften (14%; unverändert zu 2019).

Internet als Quelle nimmt weiter zu

Werbebewertung

Die Werbung wird insgesamt etwas besser bewertet als 2019. Der Top-2-Anteil* hat um 4 Prozentpunkte zugelegt. Rund 58% vergeben eine positive Note.

Werbung wird besser bewertet

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

E-Mobilität

Dieses Thema behandelt die Messung des grundsätzlichen Interesses an E-Autos und der Rolle, die EVU zugetraut wird sowie die Messung des Angebots an Ladestationen durch den Energieversorger.

28%

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



29%

... interessieren sich überhaupt nicht für Elektroautos (-4%-Punkte).

26%

... halten ihren Stromversorger für engagiert (-1%-Punkt).



21%

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

30%

... sehen Stromversorger als kompetenten Ansprechpartner (+4%-Punkte).

NUR
18%

... sehen das EVU als möglichen Autoverkäufer an (-1%-Punkt).

54%

... wissen nicht, ob ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (+2%-Punkte)



33%

... geben an, dass ihr Stromversorger öffentliche Ladestationen bereithält (unverändert zu 2019)

72%

... wissen nicht, ob ihr Stromversorger Wall-Boxes im Angebot hat (+3%-Punkte)



Das Thema gewinnt weiter an Stellenwert. Jedoch sind Stromversorger gegenwärtig (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.



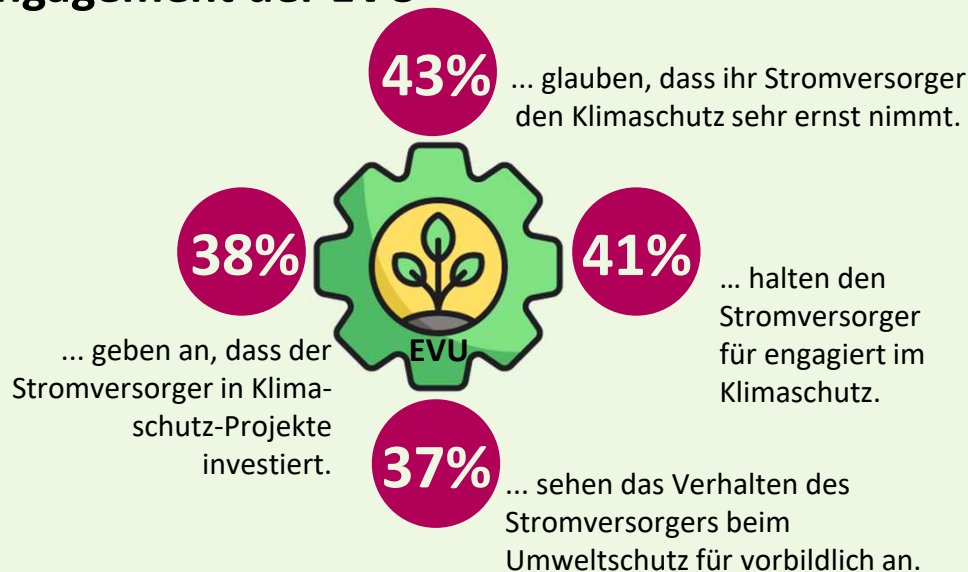
Ursache für den Klimawandel ist aus Sicht der Mehrheit aller Befragten das Handeln des Menschen.

53%

55%

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

Engagement der EVU*



Ökostromangebote



Das Engagement und Ökostromangebote müssen durch Kommunikation stärker im Bewusstsein der Haushalte 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

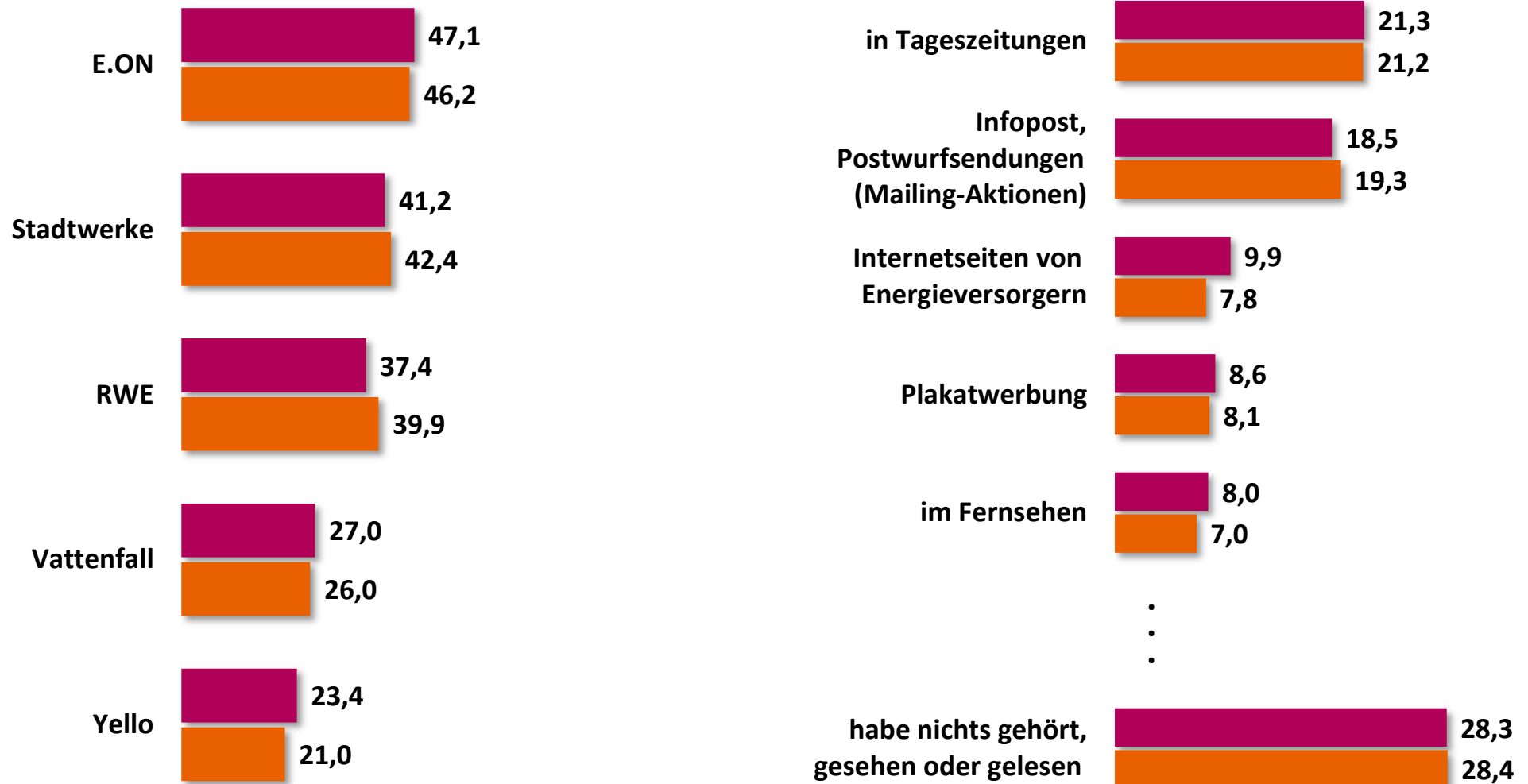
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

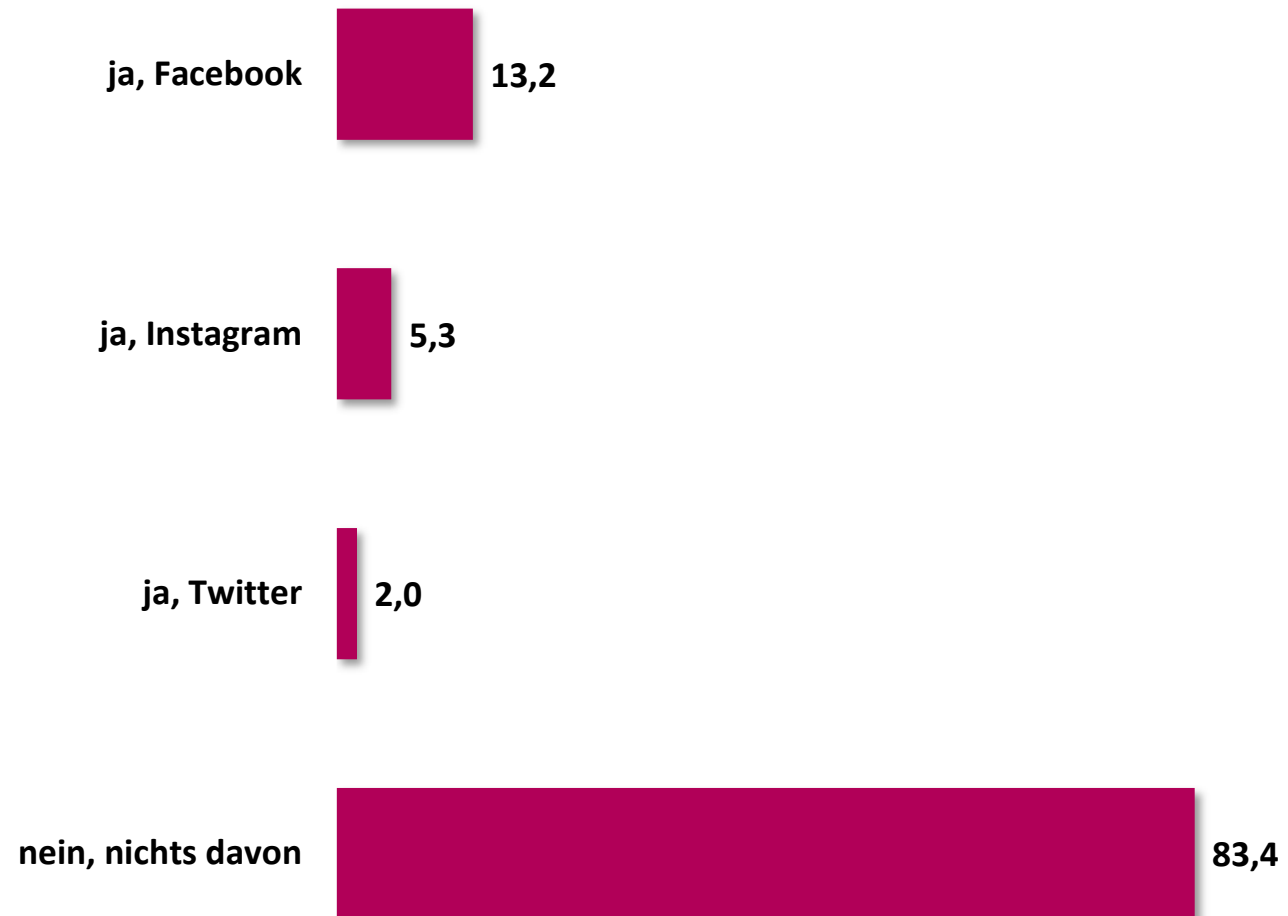
Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen



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

Frage 6: Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

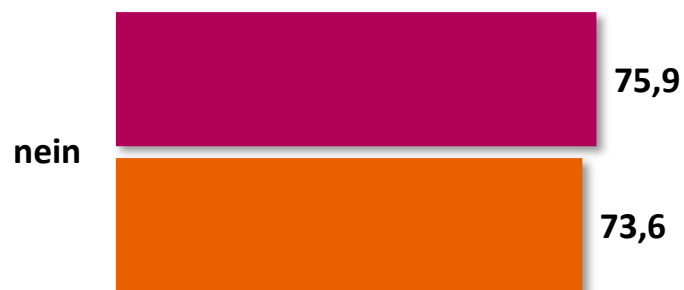
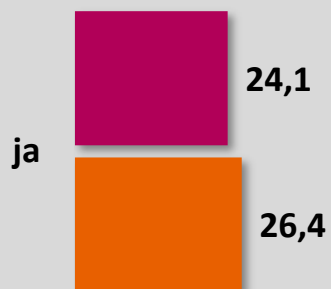
Angaben in %

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	24,1
Big 4	26,1
reine Ökoanbieter	11,3
Discounter	25,3
Stadtwerke/Lokalversorger	23,2
Regionalversorger	27,2

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

■ Studie 2020 (n = 1.200) ■ Studie 2019 (n = 1.200)

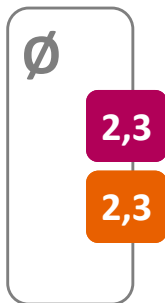
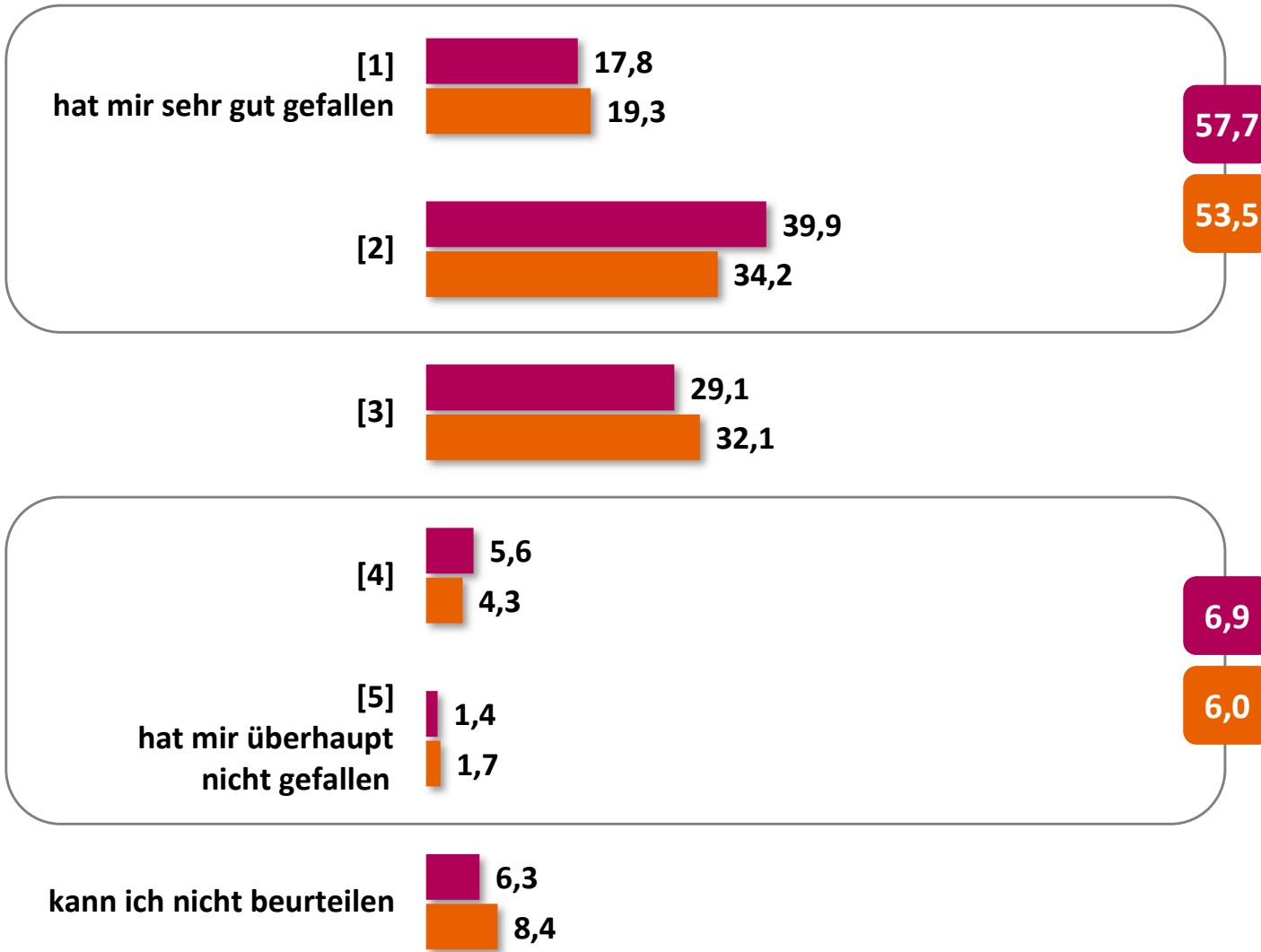


Frage 7.1: Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

■ Studie 2020 (n = 290) ■ Studie 2019 (n = 316)

Angaben in %

Bewertung der wahrgenommenen Werbung

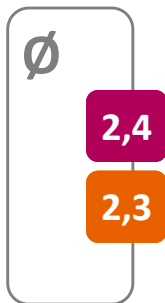
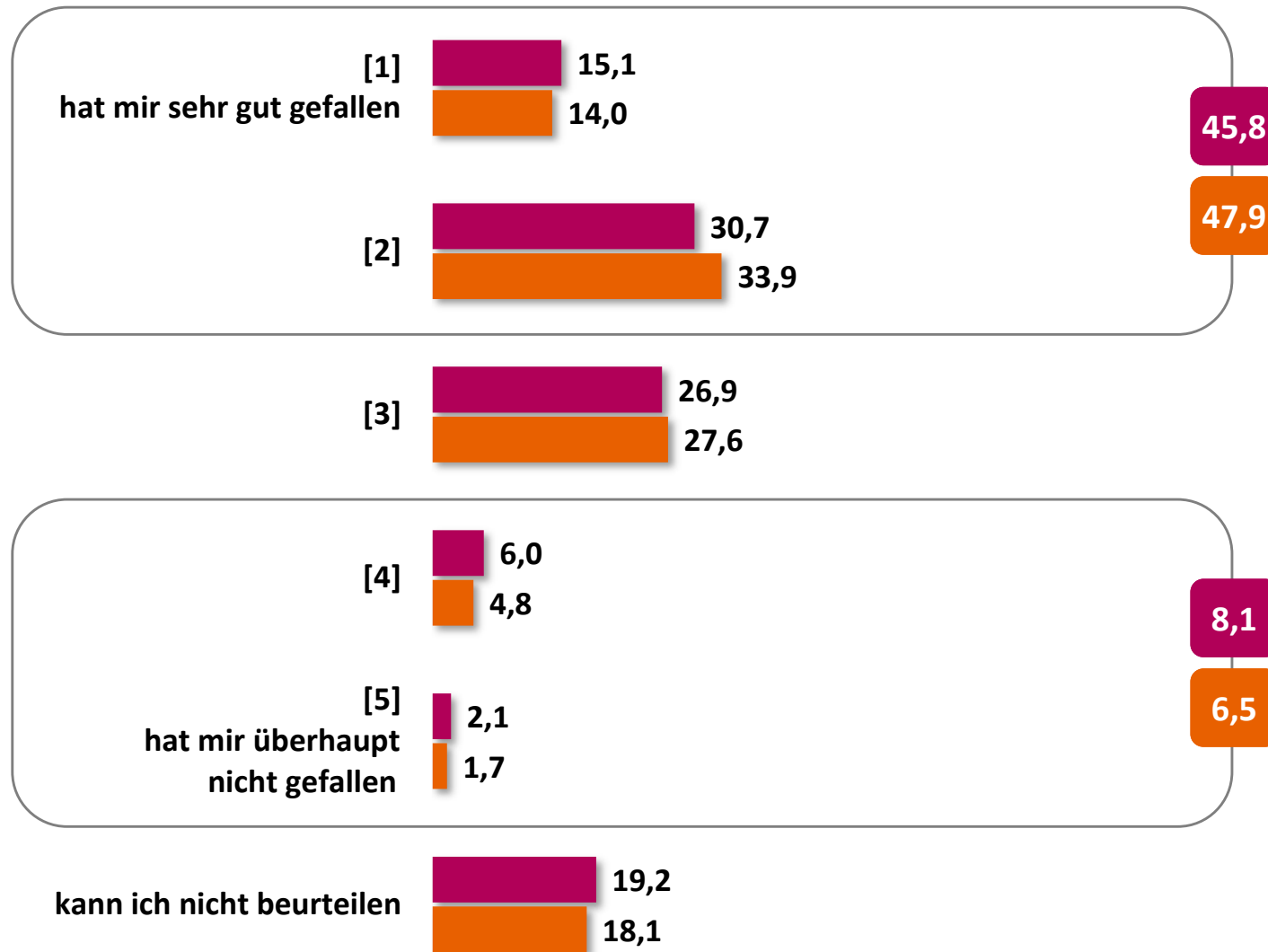


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,3
Big 4	2,2
reine Ökoanbieter	2,5
Discounter	2,3
Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
Regionalversorger	2,3

Frage 7.2: Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?

Angaben in %

Bewertung des öffentlichen Auftritts

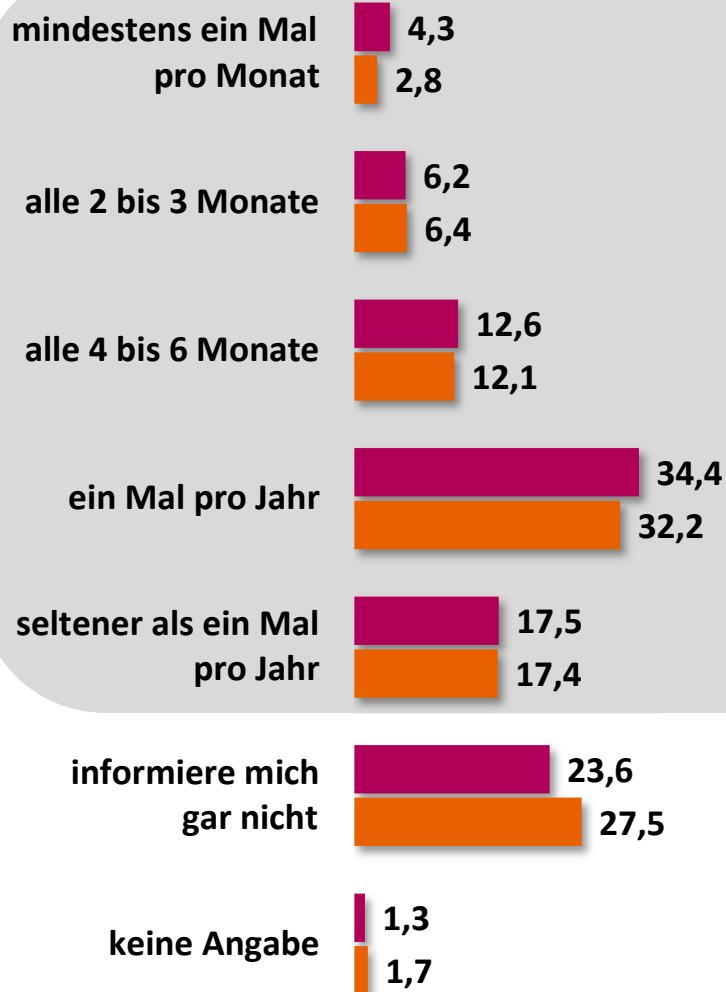


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,4
Big 4	2,4
reine Ökoanbieter	2,5
Discounter	2,4
Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
Regionalversorger	2,2

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

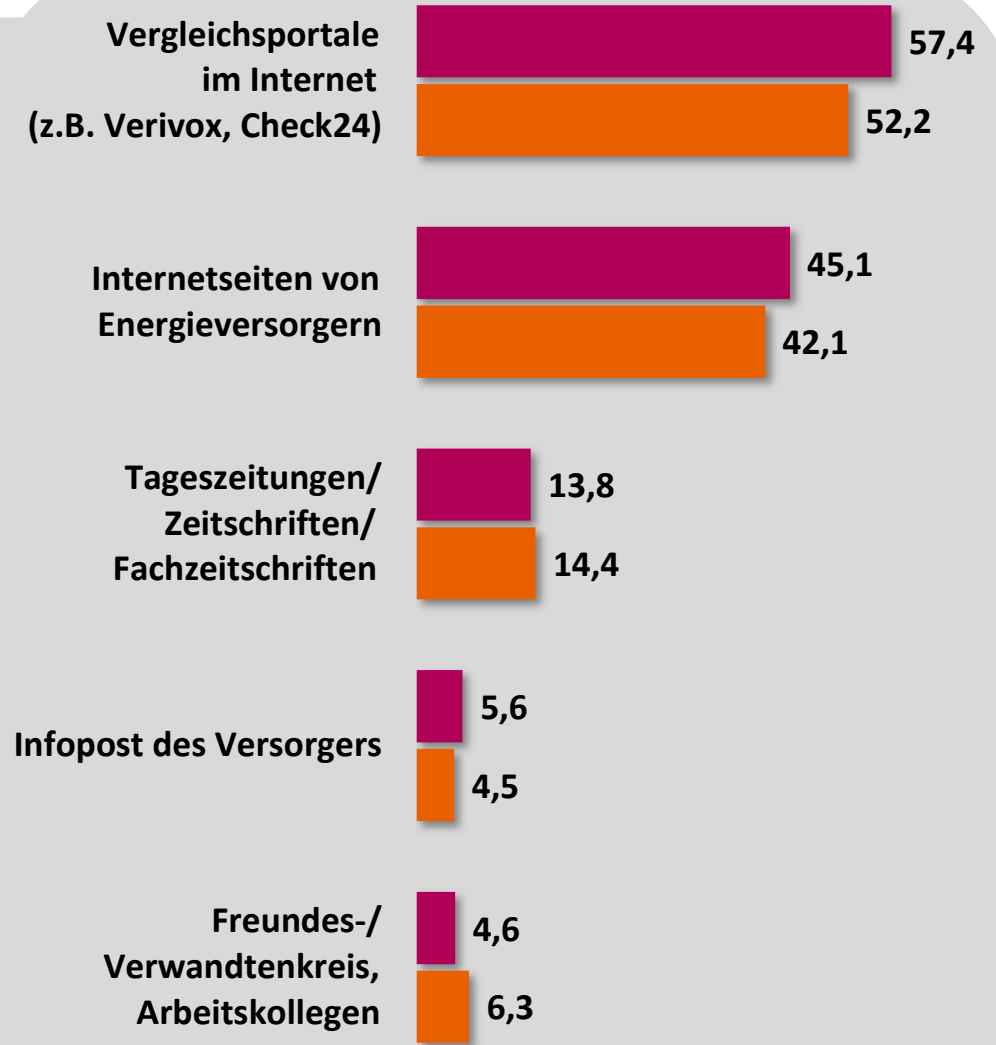
Angaben in %

Informationsverhalten



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

Studie 2020 (n = 1.200) Studie 2019 (n = 1.200)



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

Studie 2020 (n = 901) Studie 2019 (n = 850)

Angaben in %

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

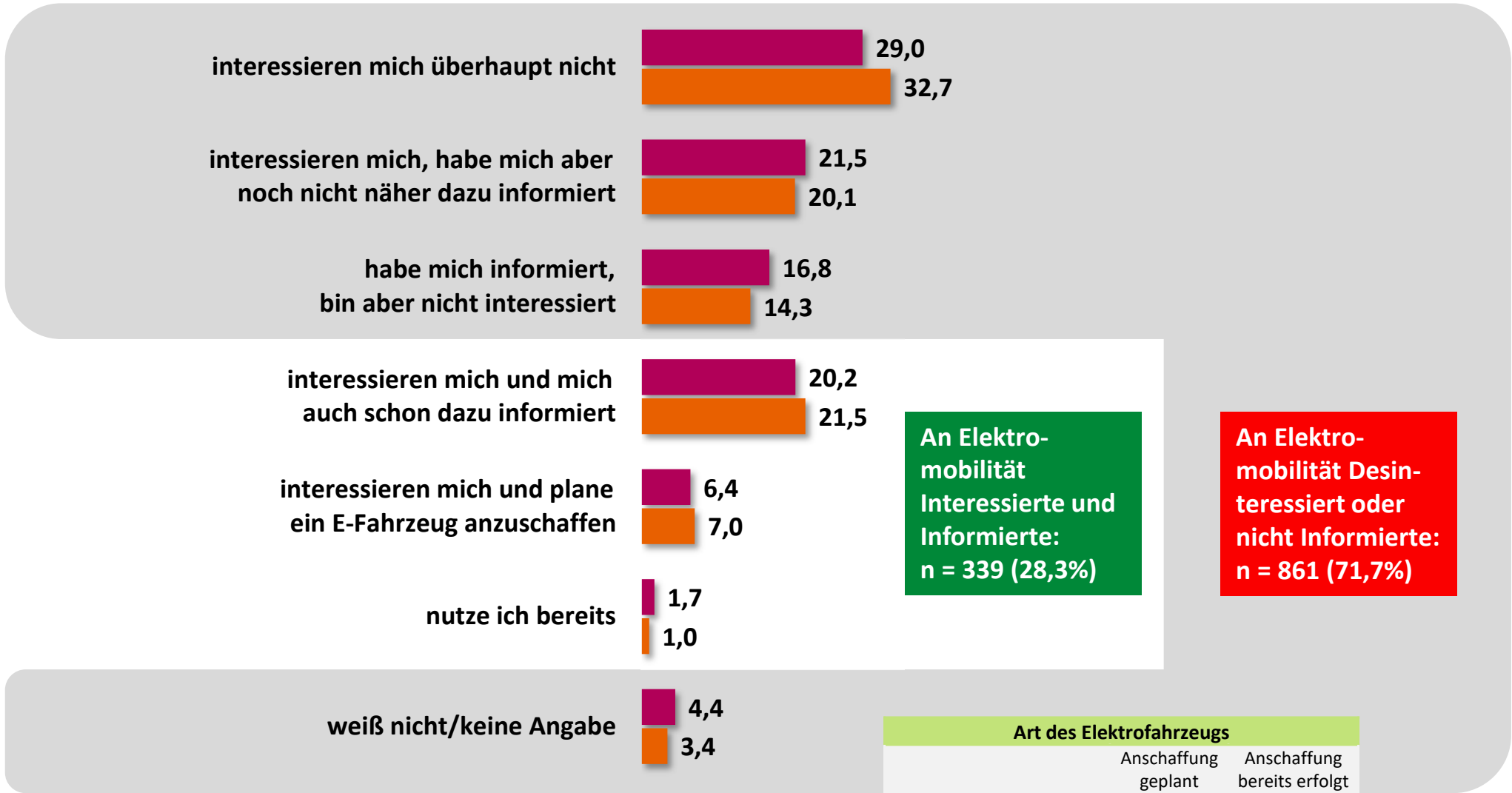
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

Interesse an Elektromobilität



Art des Elektrofahrzeugs	Anschaffung	
	geplant (n = 77)	bereits erfolgt (n = 20)
vollelektrisches Fahrzeug	61,7	43,6
PlugIn-Hybrid	32,4	45,2
weiß nicht/keine Angabe	5,8	11,2

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

51,9 Mein Stromversorger ist im Bereich E-Mobilität/Stromautos bereits sehr engagiert
52,1



2020	2,4		
2019	2,4		
Gesamt	2,4	Discounter	2,3
Big 4	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	2,6	Regionalversorger	2,5

47,6 Mein Stromversorger verfügt über die nötige Kompetenz, um bei der E-Mobilität/Stromautos ein Ansprechpartner der Kunden zu sein
53,8



2020	2,4		
2019	2,4		
Gesamt	2,4	Discounter	2,3
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
reine Ökoanbieter	2,6	Regionalversorger	2,3

53,2 Mein Stromversorger kann mich bereits jetzt kompetent zum Thema E-Mobilität/Stromautos beraten
54,5



2020	2,8		
2019	2,6		
Gesamt	2,8	Discounter	2,7
Big 4	2,8	Stadtwerke/Lokalversorger	2,9
reine Ökoanbieter	3,0	Regionalversorger	2,7

33,4 Ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig ein Auto bei meinem Energieversorger zu kaufen
25,5

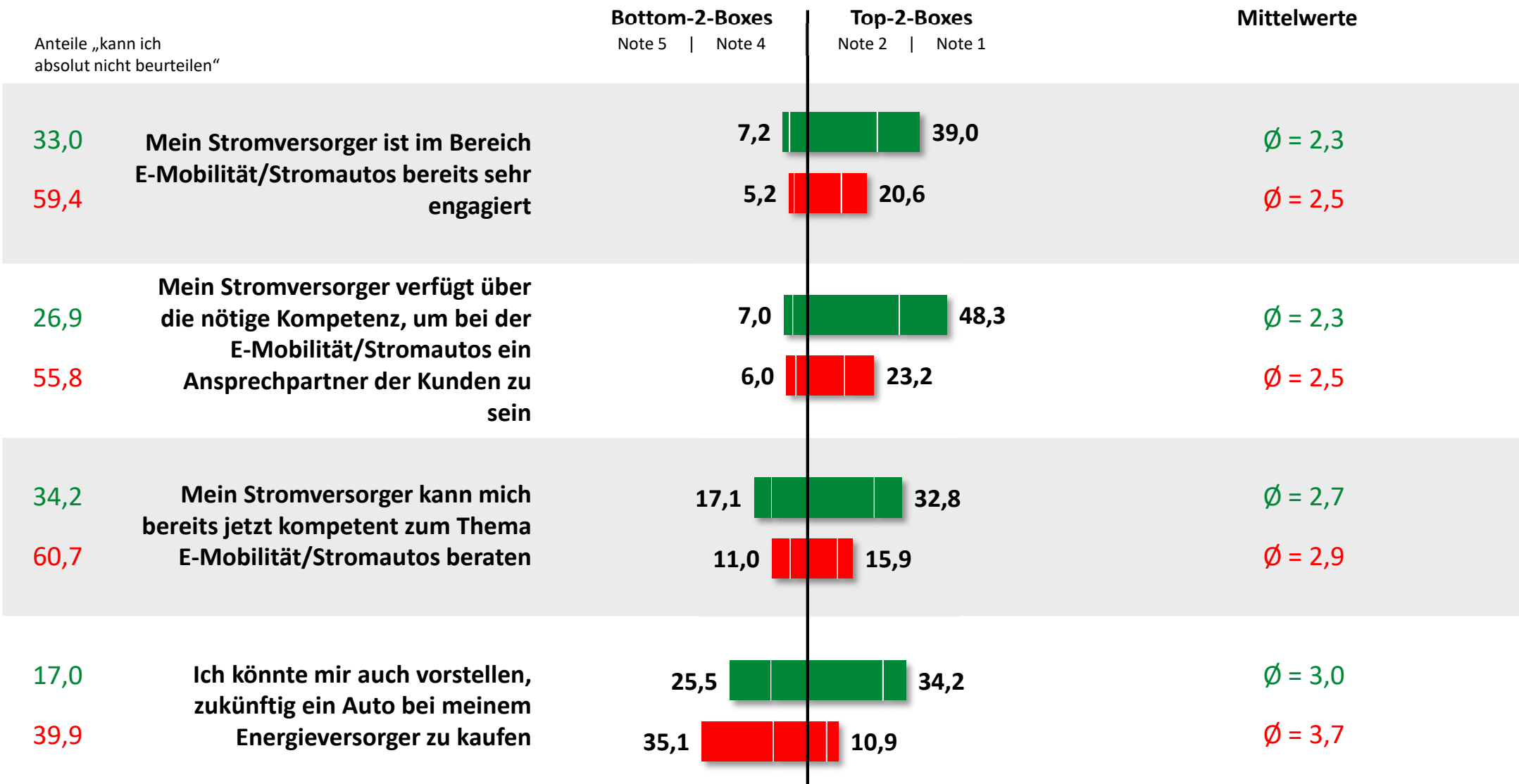


2020	3,5		
2019	3,6		
Gesamt	3,5	Discounter	3,4
Big 4	3,4	Stadtwerke/Lokalversorger	3,6
reine Ökoanbieter	3,6	Regionalversorger	3,5

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 %

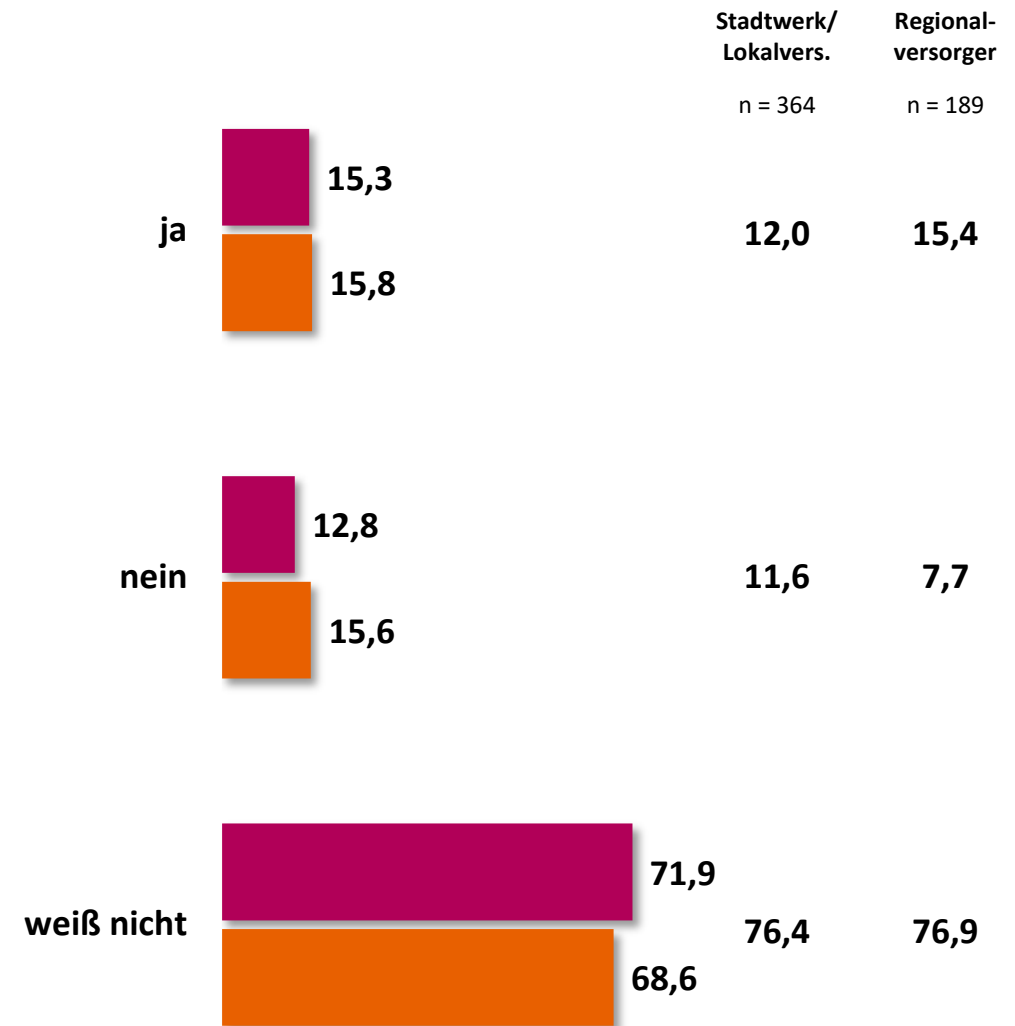
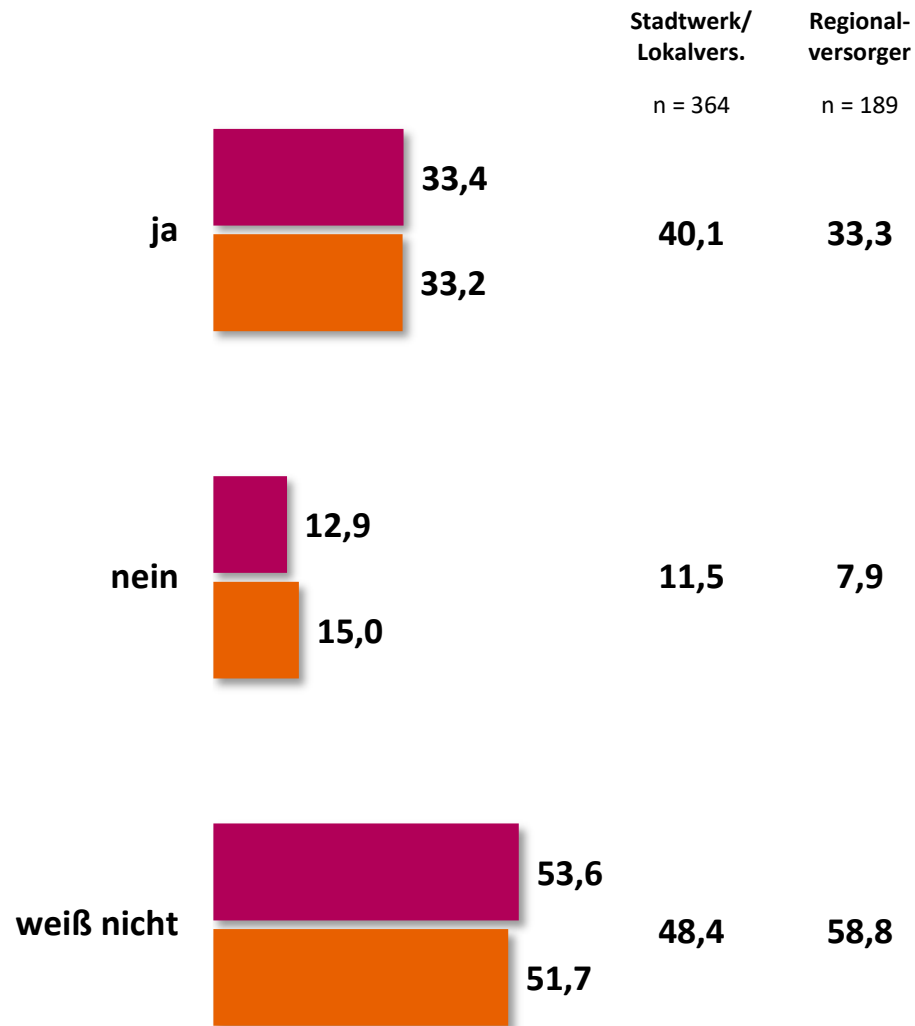
Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität – Differenziert nach Interesse



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

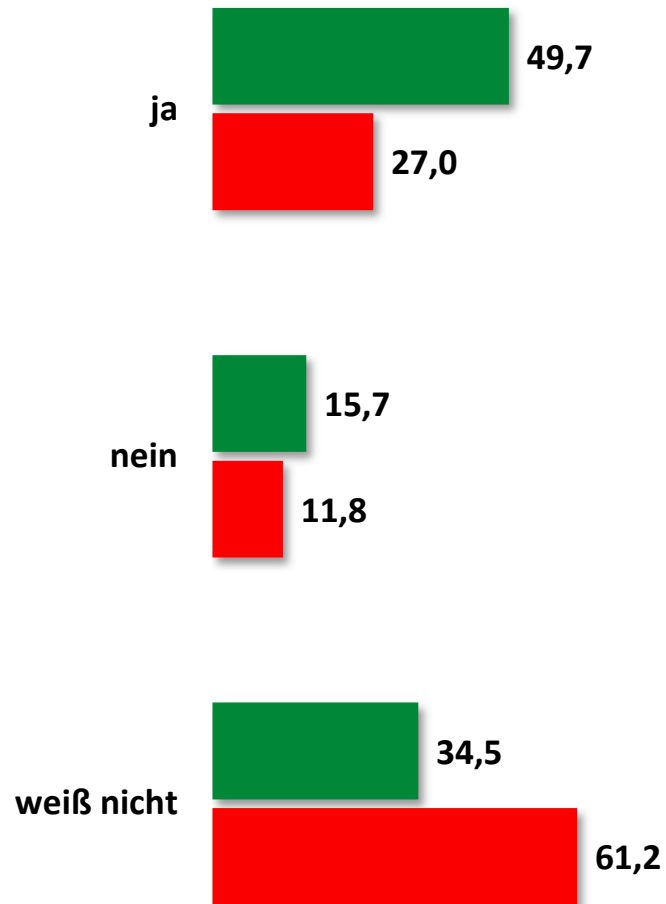


Frage 11.1: Bietet Ihr Stromversorger bereits Ladesäulen für Stromautos im öffentlichen Bereich an?

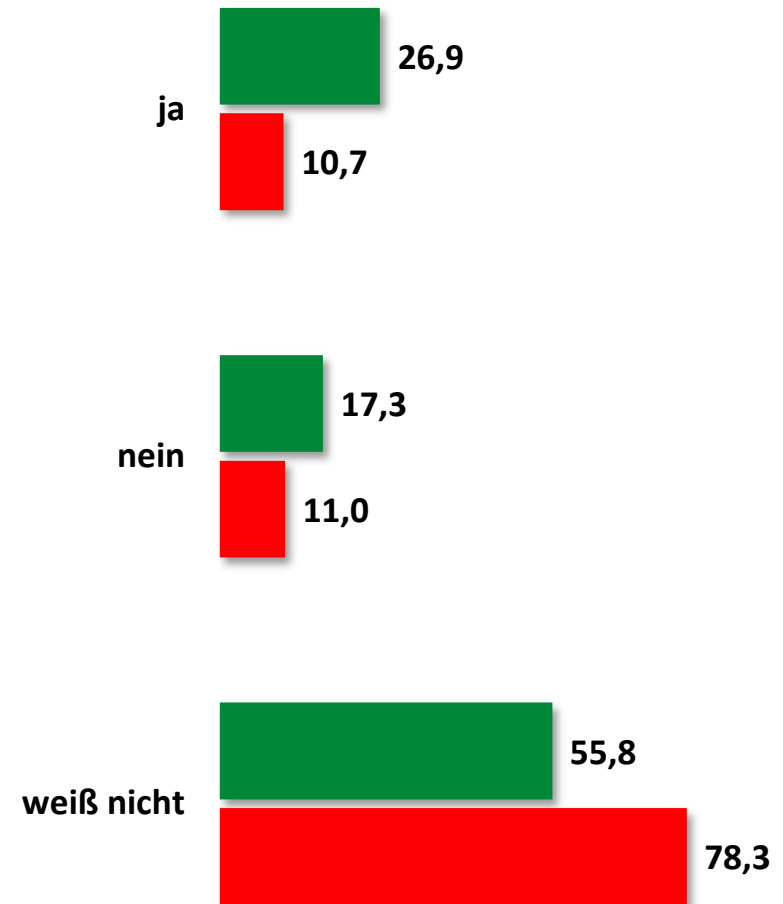
Frage 11.2: Hat Ihr Stromversorger Ladestationen für die eigene Garage - sogenannte Wall-Boxes - im Angebot?

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

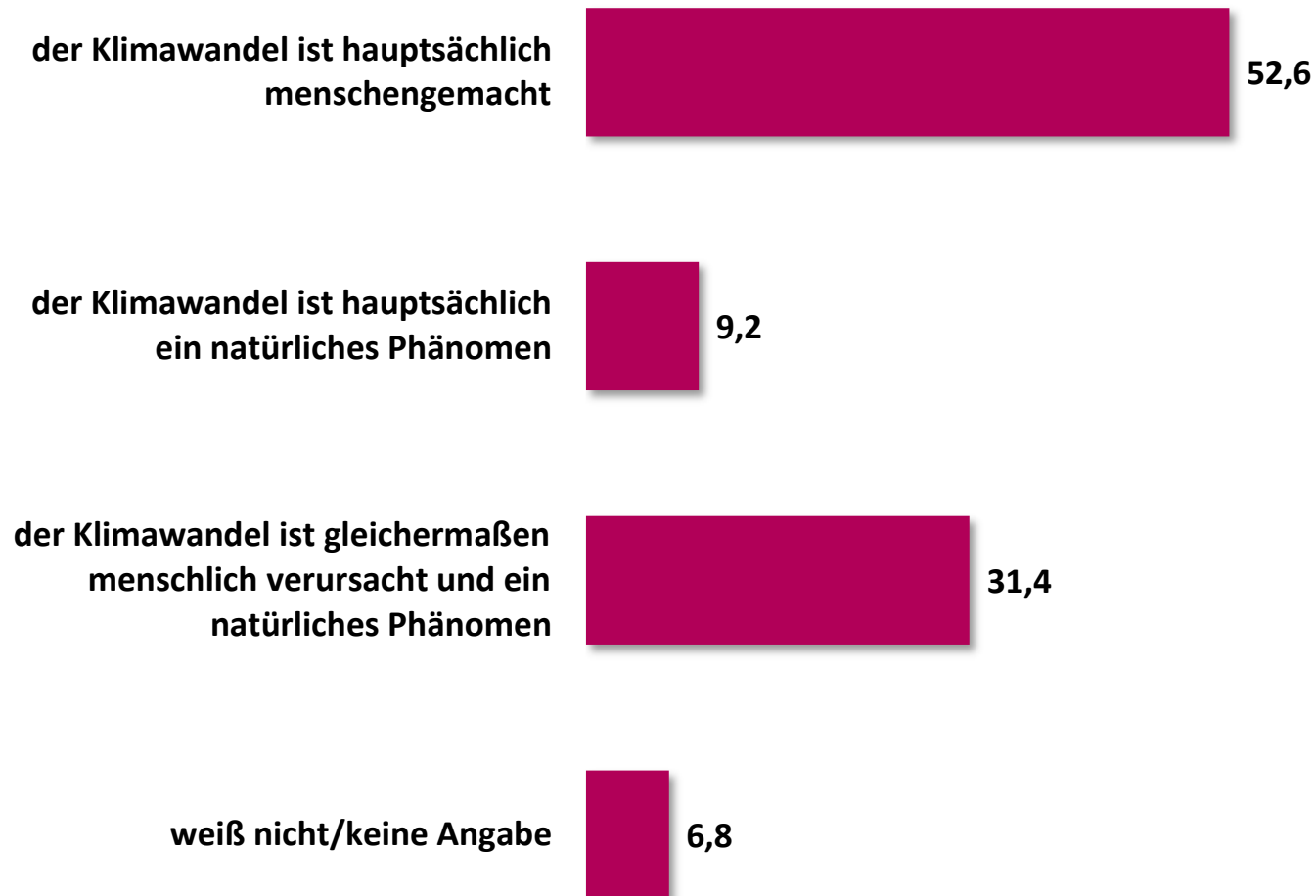
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

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

39,7

... investiert in fortschrittliche Projekte für den Klimaschutz

6,6

38,1

2020

2,2

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

31,9

... nimmt den Klimaschutz sehr ernst

9,1

43,0

2020

2,2

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

34,8

... engagiert sich für den Klimaschutz

8,5

40,6

2020

2,2

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

36,7

... handelt als Energieversorger im Klimaschutz vorbildlich

9,8

37,4

2020

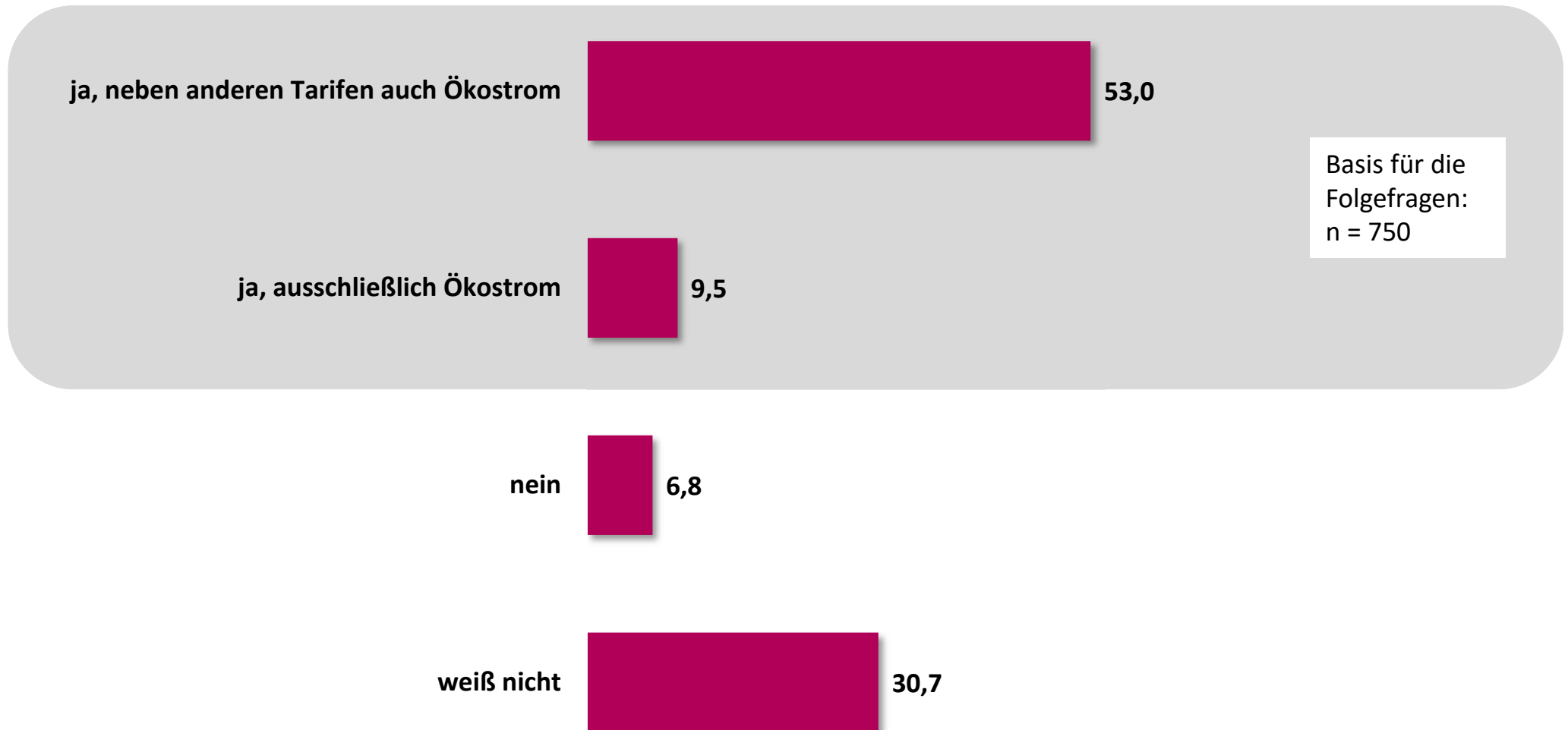
2,3

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

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



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 20,5

1. günstiger Tarif für Ökostrom
2. bietet ausschließlich Ökostrom an
3. arbeitet ökologisch/nachhaltig

n = 153

genauso gut 51,0

1. keine Unterschiede
2. Preise wie bei anderen Wettbewerbern
3. ähnlicher Strommix/beziehen Ökostrom aus den gleichen Quellen

n = 383

schlechter 4,6

1. hoher Preis für Ökostrom
2. anderer Anbieter sind besser/aktiver
3. generelle Unzufriedenheit

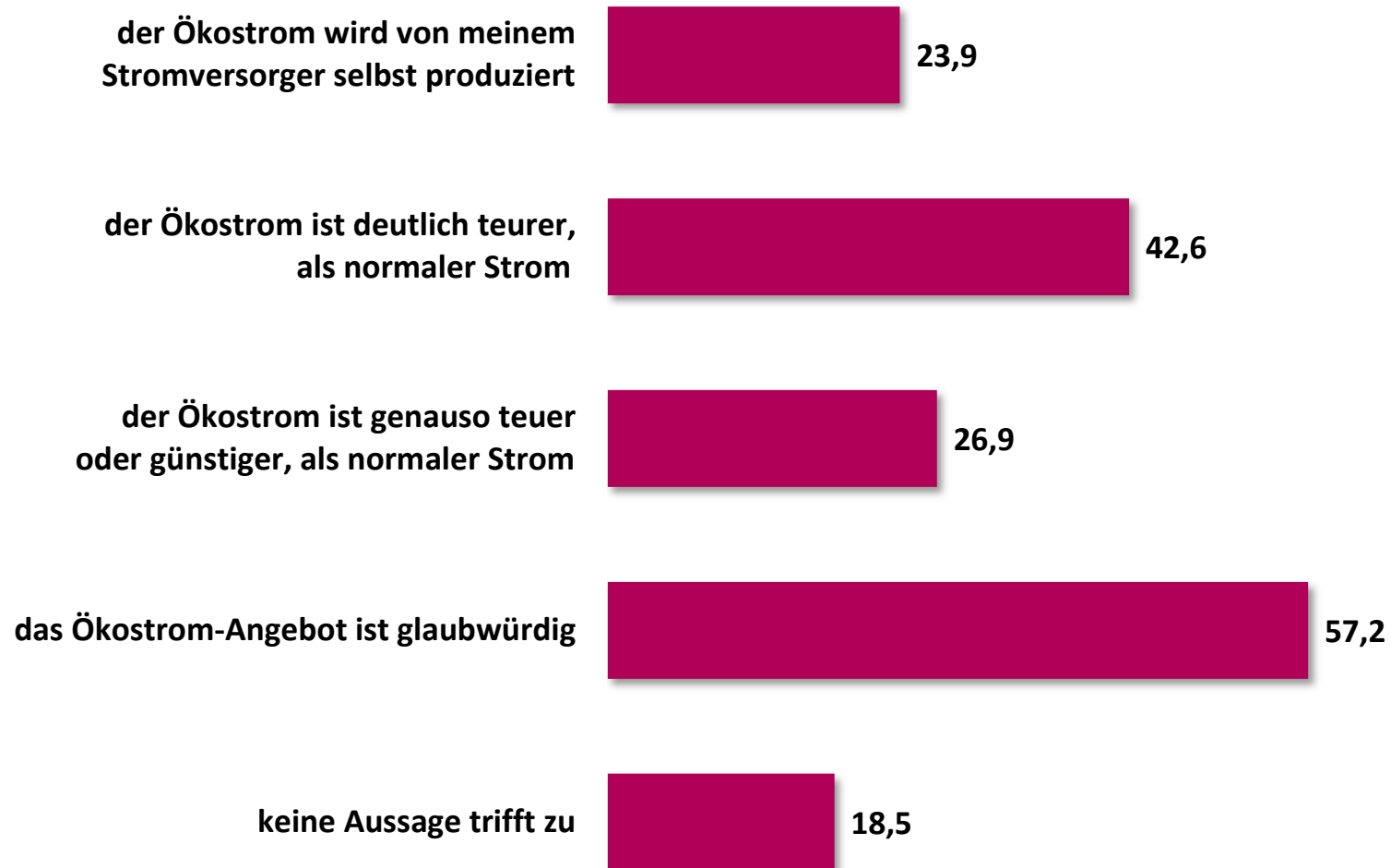
n = 35

weiß nicht 23,9

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

Angaben in %

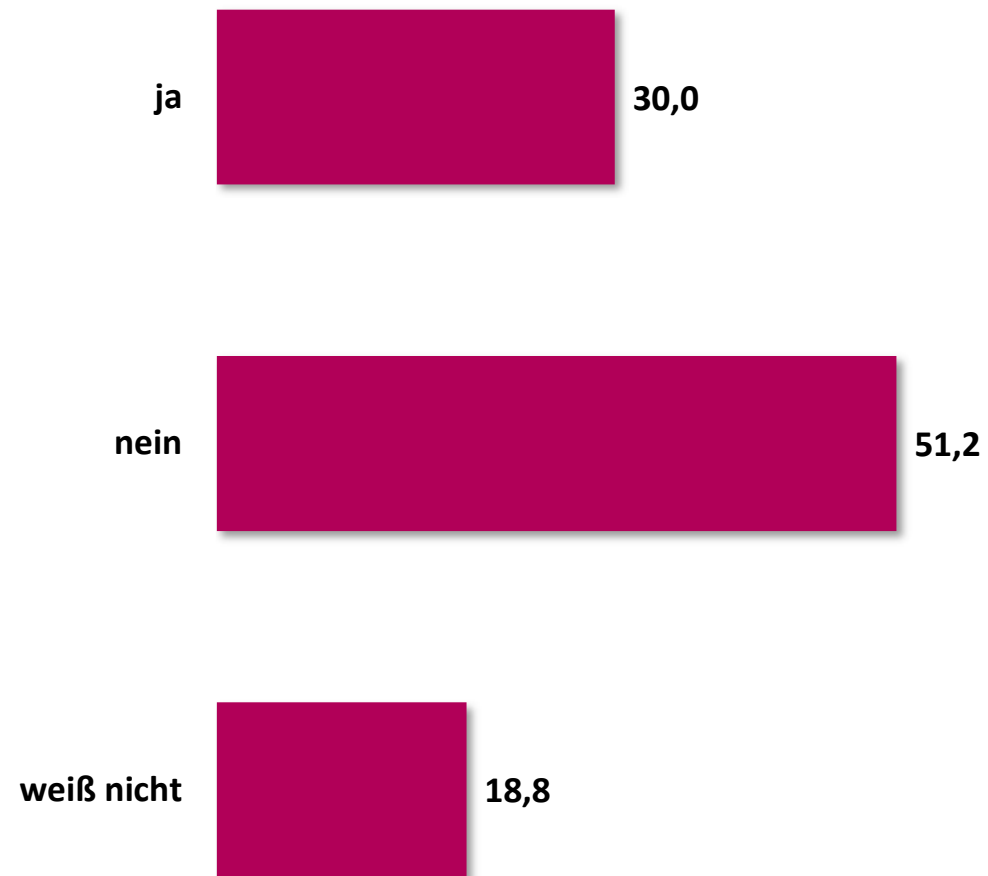
Aussagen zum Angebot von Ökostrom



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

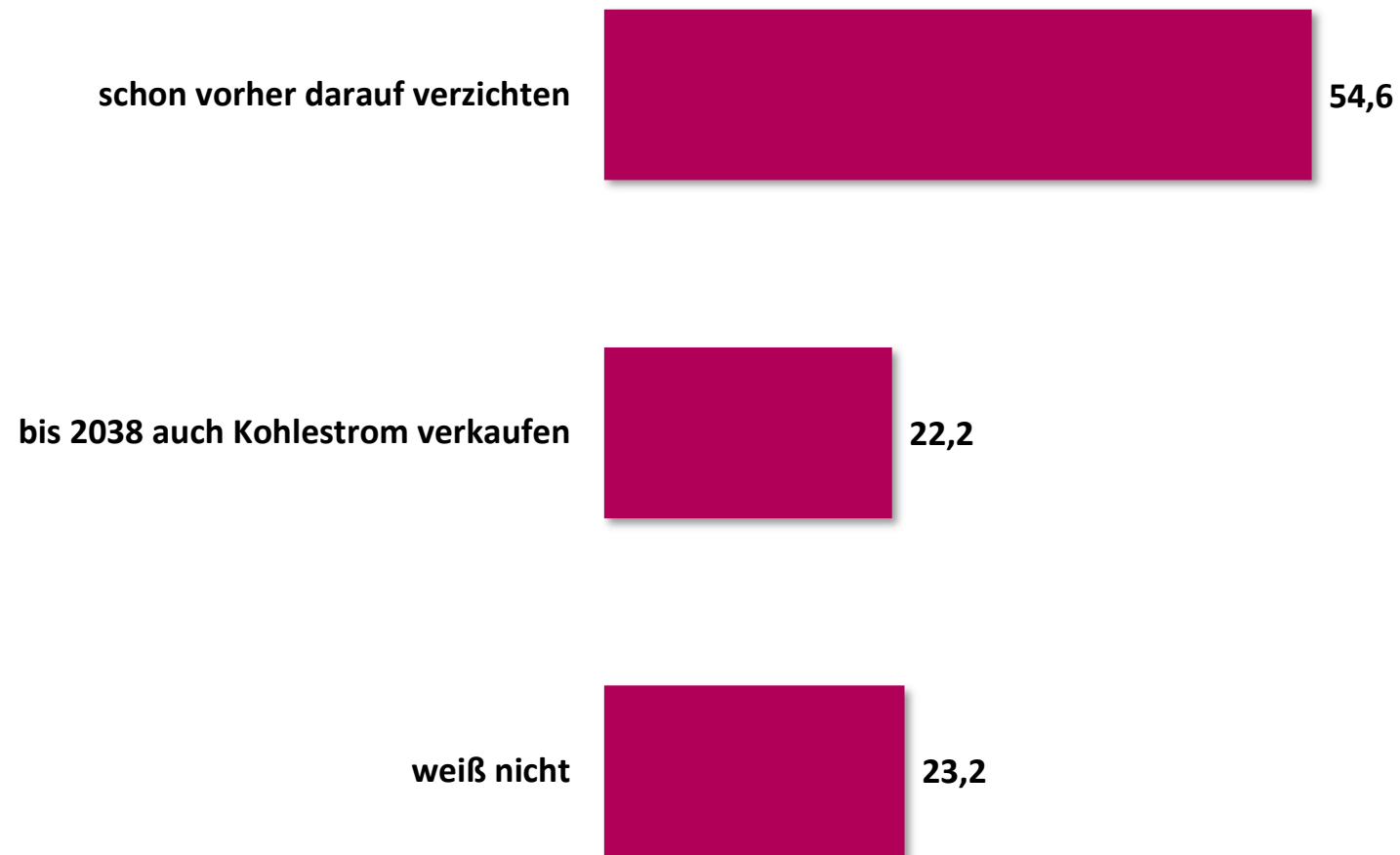


Nur Befragte, die noch keinen Ökostromtarif haben

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

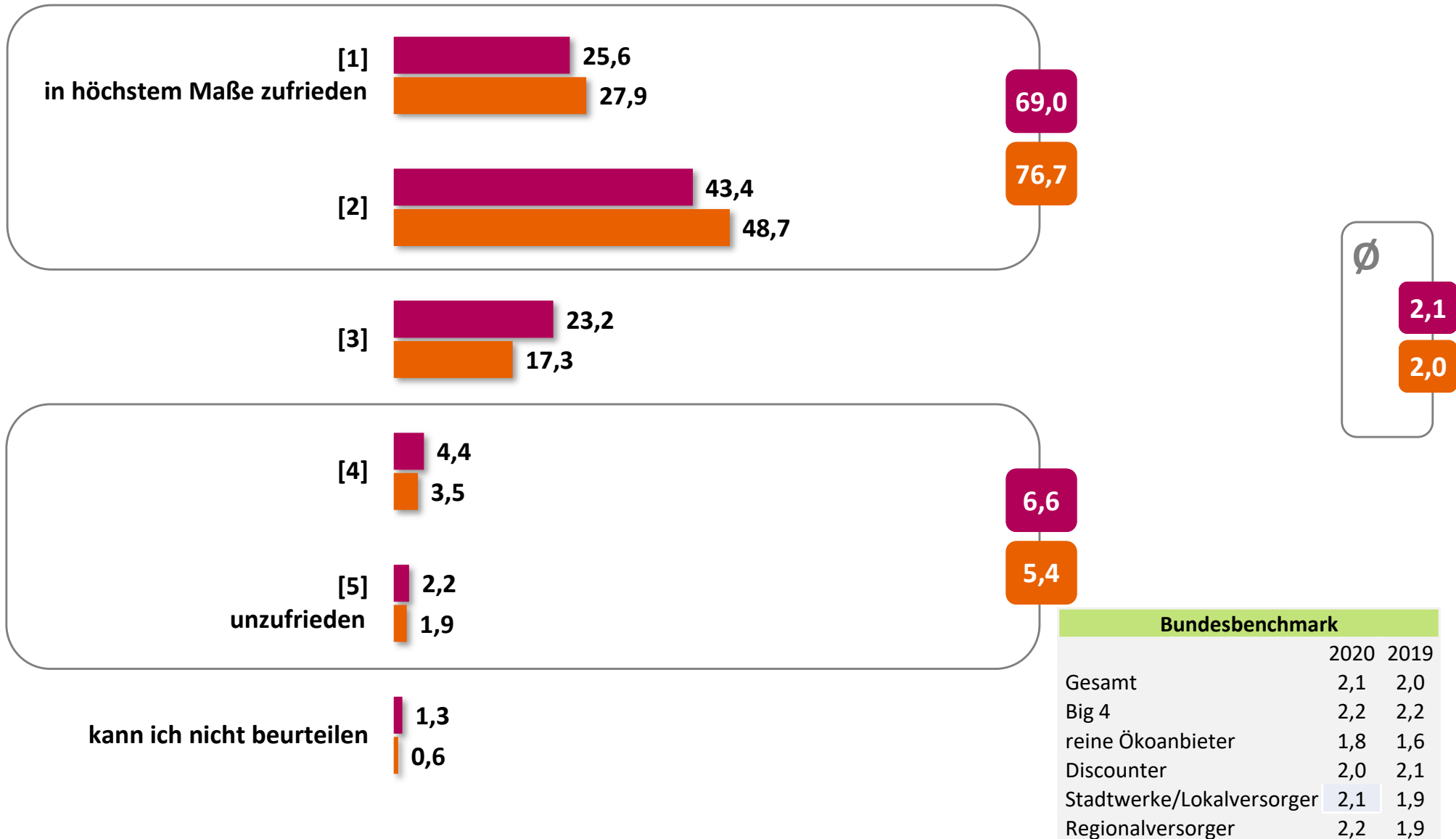
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

A'priori-Gesamtzufriedenheit



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“

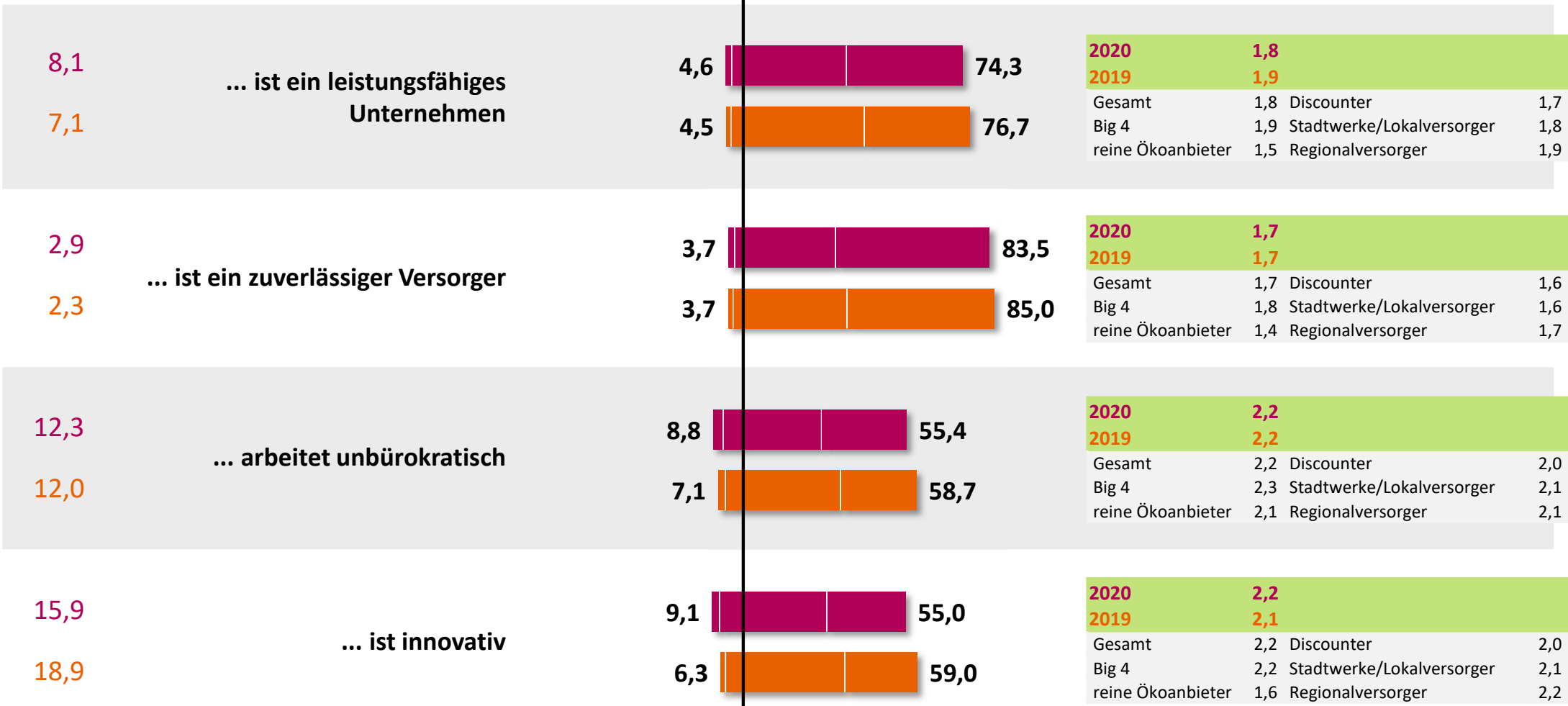
Bottom-2-Boxes

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

... fördert aktiv die Verbreitung von Elektrofahrzeugen

40,8

36,7

12,9

32,3

12,6

38,3

2020

2,5

2019

2,4

Gesamt

2,5

Discounter

2,5

Big 4

2,6

Stadtwerke/Lokalversorger

2,3

reine Ökoanbieter

2,6

Regionalversorger

2,4

... ist kundenfreundlich

5,6

5,6

8,8

69,4

6,2

74,7

2020

2,0

2019

1,9

Gesamt

2,0

Discounter

1,9

Big 4

2,1

Stadtwerke/Lokalversorger

2,0

reine Ökoanbieter

1,7

Regionalversorger

1,9

... ist serviceorientiert

8,1

9,0

8,7

66,5

6,6

67,3

2020

2,0

2019

2,0

Gesamt

2,0

Discounter

2,0

Big 4

2,1

Stadtwerke/Lokalversorger

2,0

reine Ökoanbieter

1,8

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“

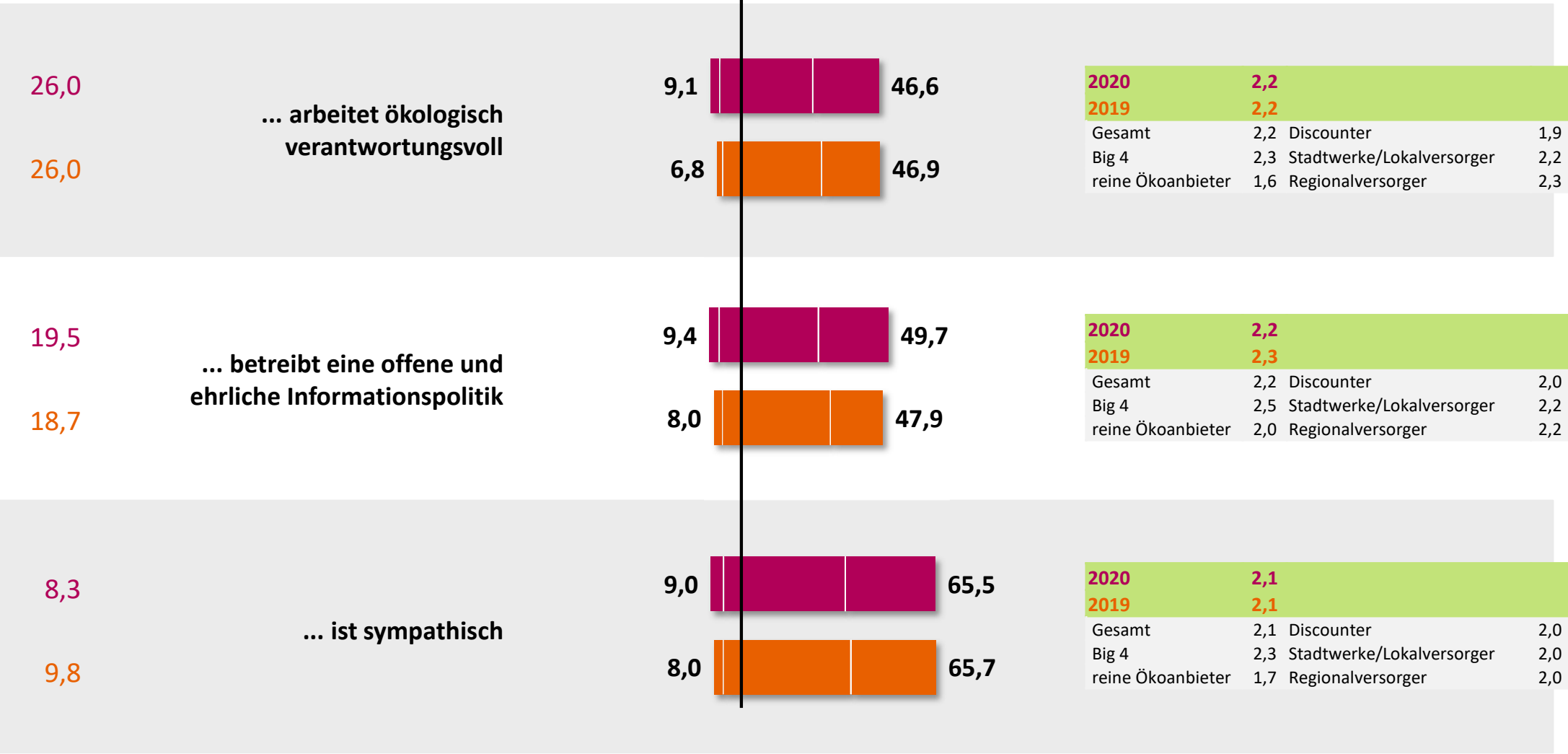
Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks



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“

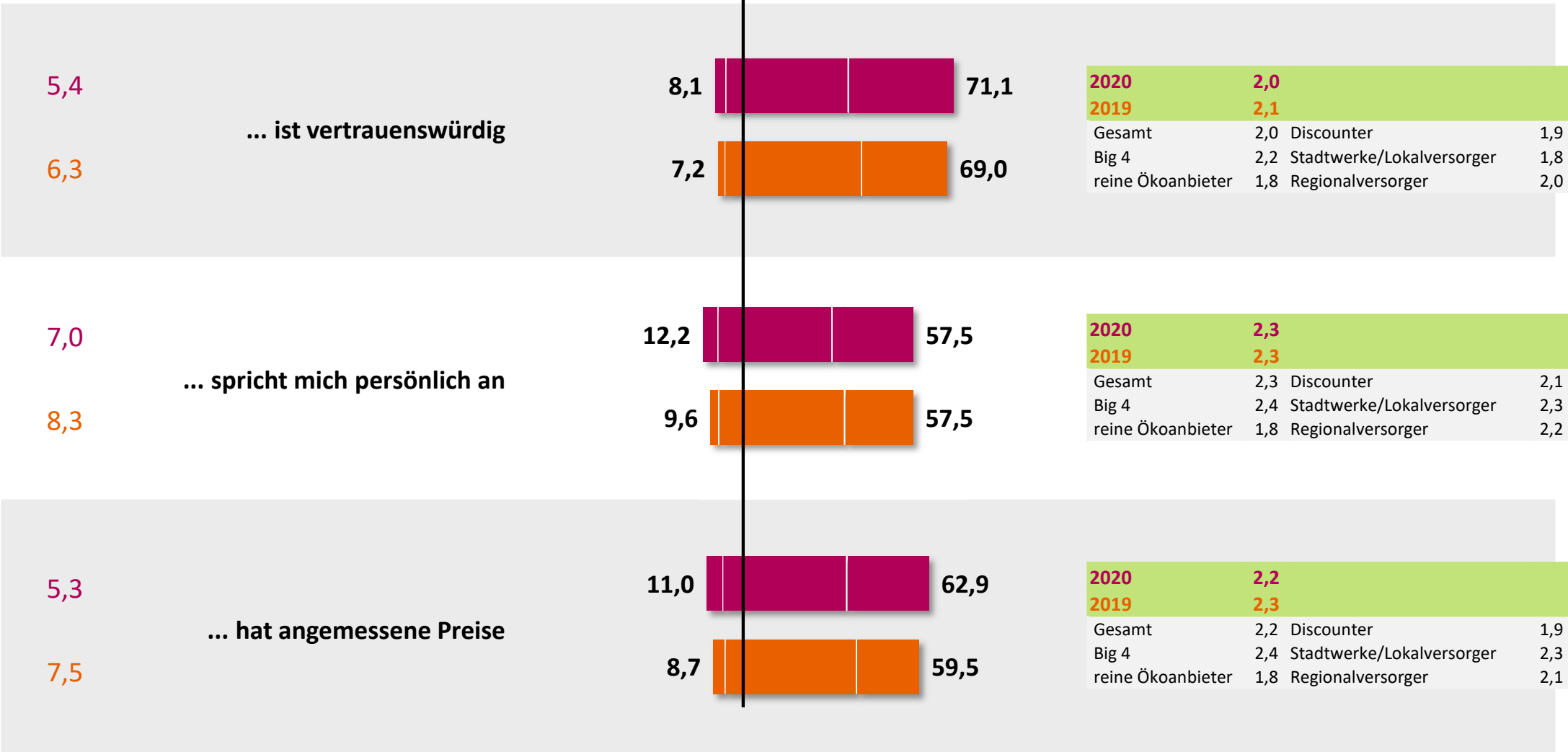
Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks



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

15,1

... ist wichtig für die Region

11,5

11,3

58,3

10,8

59,2

2020

2,1

2019

2,2

Gesamt

2,1

Discounter

2,4

Big 4

2,4

Stadtwerke/Lokalversorger

1,8

reine Ökoanbieter

2,5

Regionalversorger

2,0

39,4

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

35,5

12,8

35,2

15,2

33,9

2020

2,5

2019

2,6

Gesamt

2,5

Discounter

2,9

Big 4

2,6

Stadtwerke/Lokalversorger

2,2

reine Ökoanbieter

2,6

Regionalversorger

2,3

30,1

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

26,0

9,1

45,2

10,4

45,3

2020

2,2

2019

2,3

Gesamt

2,2

Discounter

2,1

Big 4

2,4

Stadtwerke/Lokalversorger

2,0

reine Ökoanbieter

1,5

Regionalversorger

2,2

8,0

... hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

6,5

10,2

62,1

8,1

60,3

2020

2,2

2019

2,3

Gesamt

2,2

Discounter

1,9

Big 4

2,4

Stadtwerke/Lokalversorger

2,1

reine Ökoanbieter

1,6

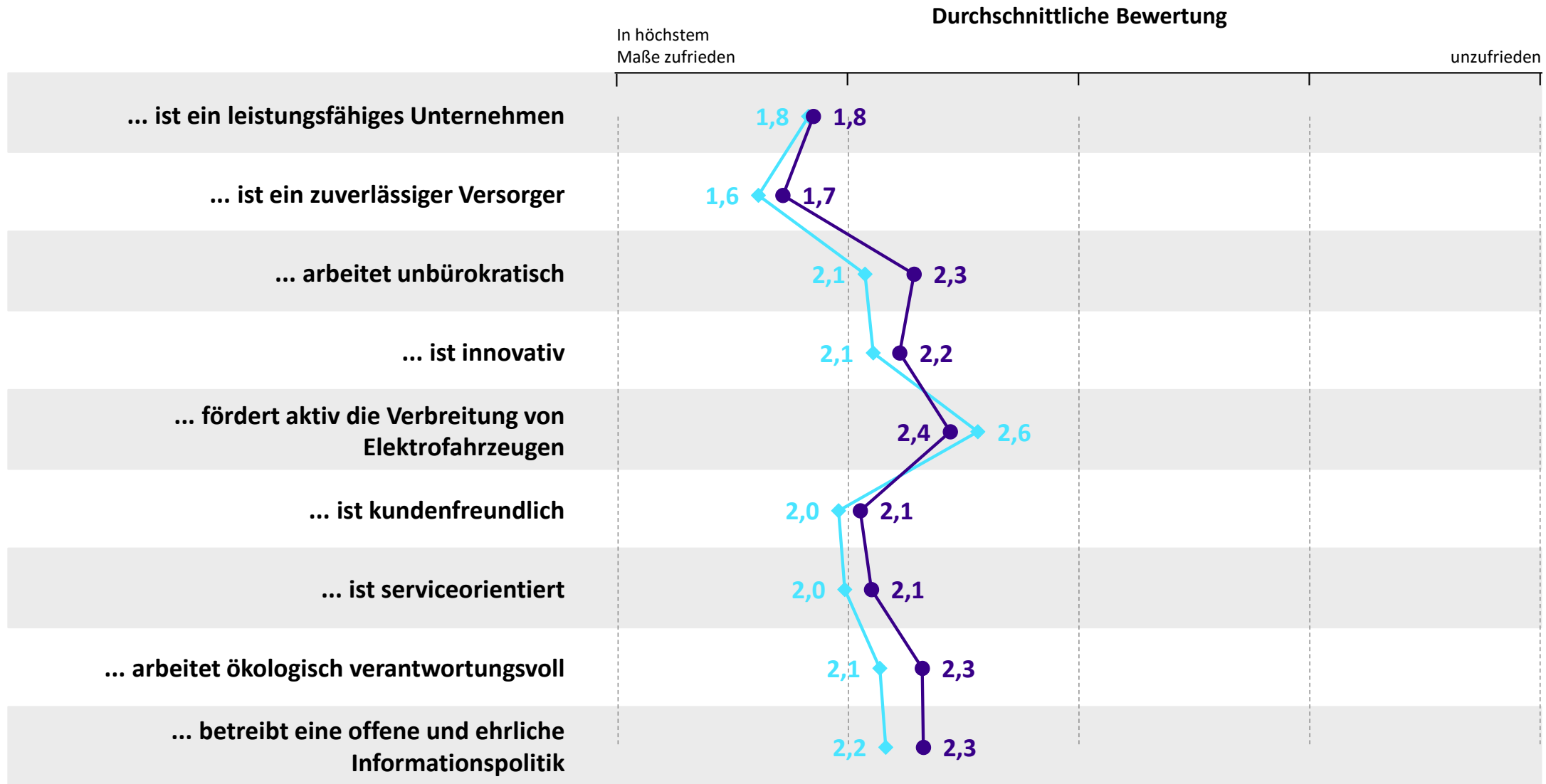
Regionalversorger

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 %

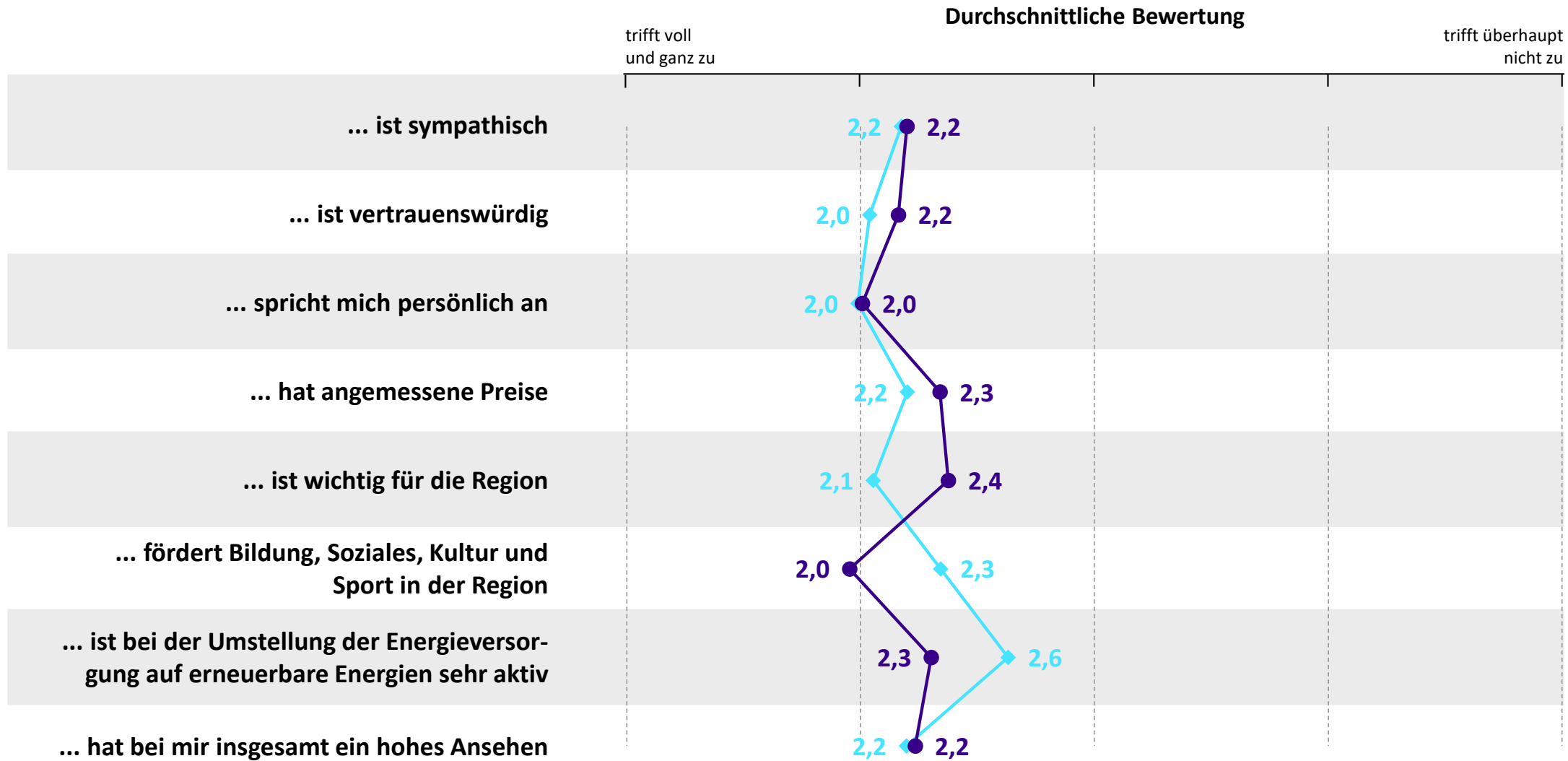
Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel 1/2



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

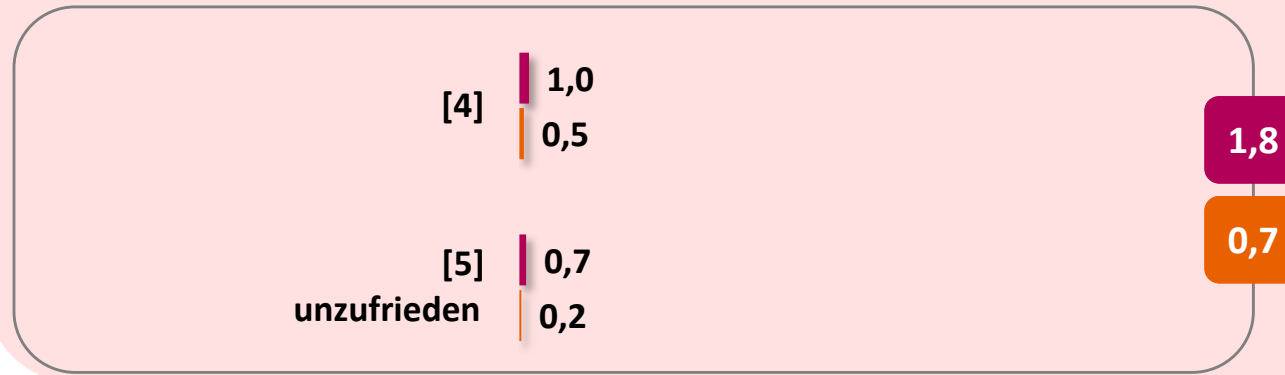
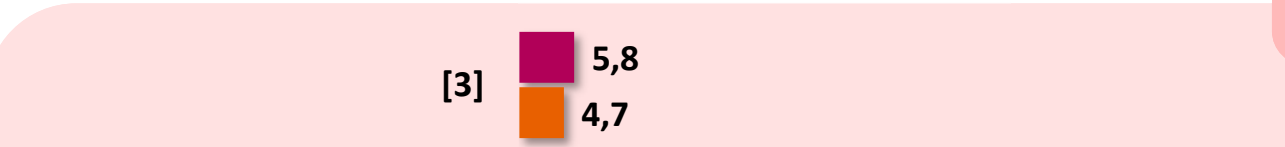
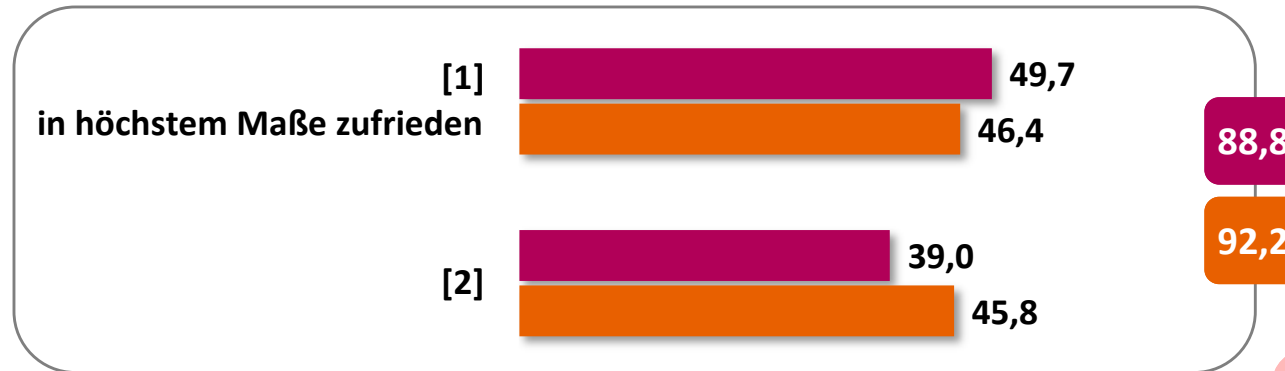
Image der Energieversorger – Differenziert nach Versorgerwechsel 2/2



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	1,5
Discounter	1,6
Stadtwerke/Lokalversorger	1,5
Regionalversorger	1,6

Gründe für die Unzufriedenheit

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

n = 88

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

6,2

... der Verständlichkeit der Rechnung

4,6

5,5

3,1

73,1

79,8

2020

1,9

2019

1,8

Gesamt	1,9	Discounter	1,9
Big 4	1,9	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	1,8

7,2

... der Korrektheit der Rechnung

6,1

4,1

3,1

76,5

82,5

2020

1,8

2019

1,8

Gesamt	1,8	Discounter	1,6
Big 4	1,8	Stadtwerke/Lokalversorger	1,8
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	1,8

6,4

... der Transparenz der Preisgestaltung (Zusammensetzung der Preise)

6,5

9,6

7,1

67,3

70,3

2020

2,1

2019

2,1

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

Frage 21: 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

18,1

... dem Angebot unterschiedlicher Tarife bei Ihrem Energieversorger

19,8

8,4

6,6



54,2

53,6

2020

2,2

2019

2,2

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

16,3

... der Attraktivität der angebotenen Tarife

19,7

10,6

7,6



55,6

52,1

2020

2,2

2019

2,2

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

15,2

... der Einfachheit und Transparenz der Tarife

18,7

9,4

6,4



59,5

56,9

2020

2,1

2019

2,2

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

Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Vertragsmodalitäten & Preisanpassungsschreiben

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks

7,5

... der Vertragslaufzeit bei Ihrem
Energieversorger

11,0

6,7

66,7

5,8

69,7

2020

2,0

2019

2,0

Gesamt	2,0	Discounter	1,9
Big 4	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	2,1

10,3

... der Kündigungsfrist Ihres
Vertrages

13,7

8,0

63,2

5,7

65,5

2020

2,1

2019

2,1

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

14,6

... der Nachvollziehbarkeit der
Begründung in Preis-
anpassungsschreiben

19,1

11,9

54,1

11,1

49,2

2020

2,3

2019

2,4

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

Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung 1/2

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks

21,5

... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger

23,0

7,8

7,3

57,5

57,5

2020

2,1

2019

2,1

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

18,1

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

21,6

6,2

5,4

63,5

61,6

2020

1,9

2019

1,9

Gesamt	1,9	Discounter	1,7
Big 4	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	1,9

21,5

... dem Einsatz/dem Engagement der Mitarbeiter

23,9

7,7

5,9

59,8

57,6

2020

2,0

2019

2,0

Gesamt	2,0	Discounter	1,6
Big 4	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	1,8

Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung 2/2

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks

... dem Verhalten bei
Beschwerden/Reklamationen

41,3

46,6

7,6

37,8

6,1

34,5

2020

2,2

2019

2,3

Gesamt

2,2

Discounter

2,1

Big 4

2,4

Stadtwerke/Lokalversorger

2,2

reine Ökoanbieter

1,7

Regionalversorger

2,1

... der Einhaltung
abgesprochener Termine

31,1

34,2

5,0

52,3

6,5

51,4

2020

2,0

2019

2,0

Gesamt

2,0

Discounter

1,7

Big 4

2,1

Stadtwerke/Lokalversorger

1,9

reine Ökoanbieter

1,6

Regionalversorger

1,8

... den Geschäfts-/
Öffnungszeiten des
Kundenzentrums/
der Beratungseinrichtung

30,5

37,6

5,6

49,3

3,4

46,5

2020

2,1

2019

2,0

Gesamt

2,1

Discounter

1,9

Big 4

2,2

Stadtwerke/Lokalversorger

2,0

reine Ökoanbieter

1,7

Regionalversorger

2,0

Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Dienstleistungen

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks

31,1

... dem Umfang des Beratungs-/ Dienstleistungsangebotes

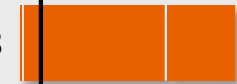
37,2

5,9



50,3

3,8



47,3

2020

2,1

2019

2,1

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

30,0

... der Verständlichkeit der Beratung

38,3

6,0



50,6

3,4



47,1

2020

2,1

2019

2,1

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

29,7

... der Kompetenz der Beratung

38,4

6,5



51,7

3,8



45,8

2020

2,0

2019

2,1

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

Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Ökologie

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes

Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes

Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks

32,7

... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers bei der Förderung erneuerbarer Energien (Sonne, Wind, Wasser)

35,0

6,0



45,8

4,7



42,8

2020	2,1		
2019	2,2		
Gesamt	2,1	Discounter	1,9
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	2,0

32,3

... den Aktivitäten Ihres Energieversorgers, zur Energieeinsparung bei den Kunden beizutragen

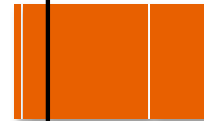
36,1

9,6



44,3

6,9



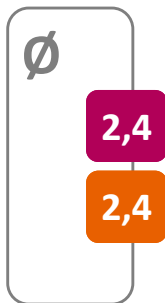
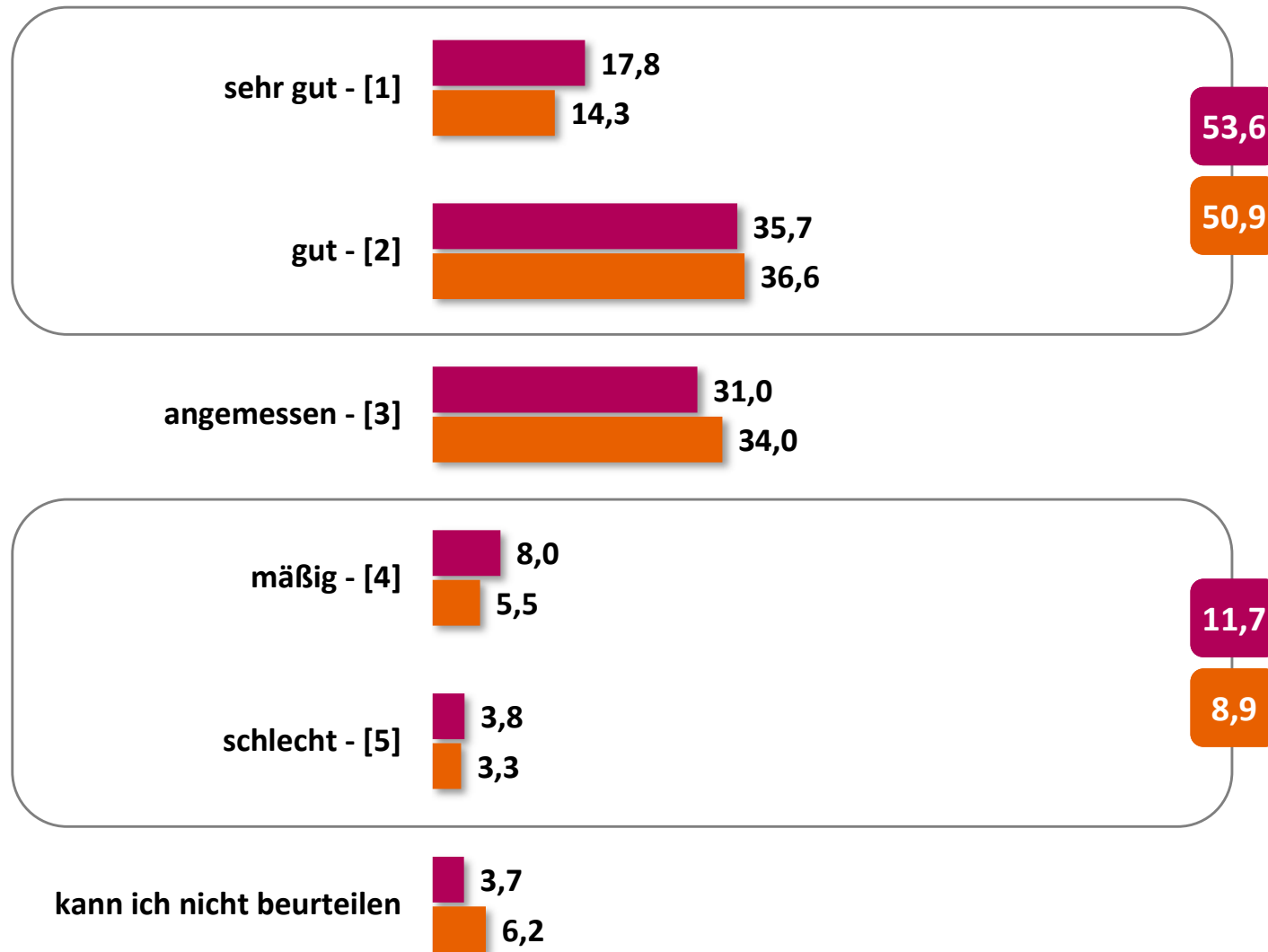
38,7

2020	2,2		
2019	2,3		
Gesamt	2,2	Discounter	2,2
Big 4	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	2,2

Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Angaben in %

Preis-Leistungs-Verhältnis – Strom

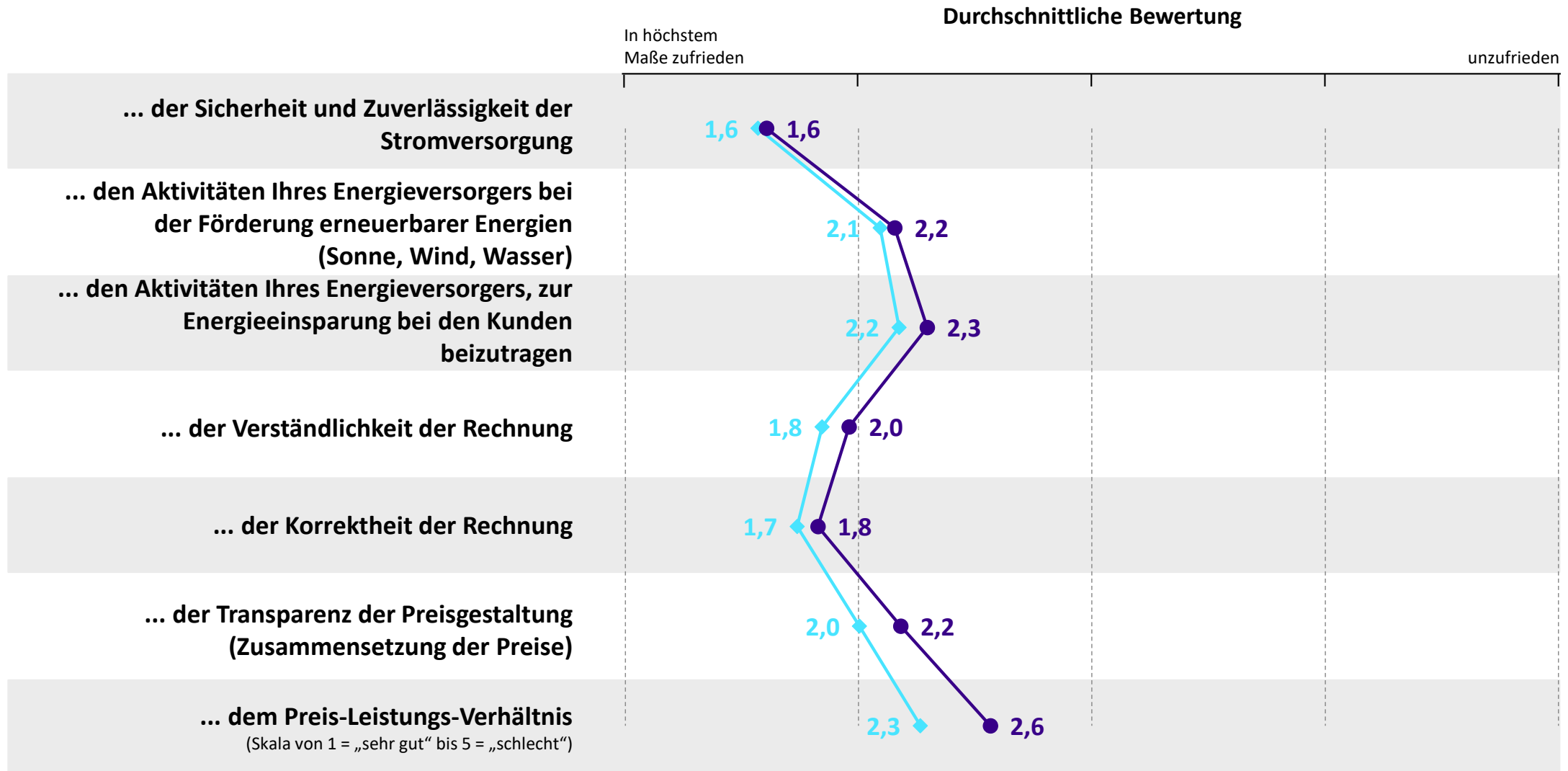


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,4
Big 4	2,6
reine Ökoanbieter	2,0
Discounter	2,2
Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
Regionalversorger	2,4

Frage 22: 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 Versorgerwechsel 1/3

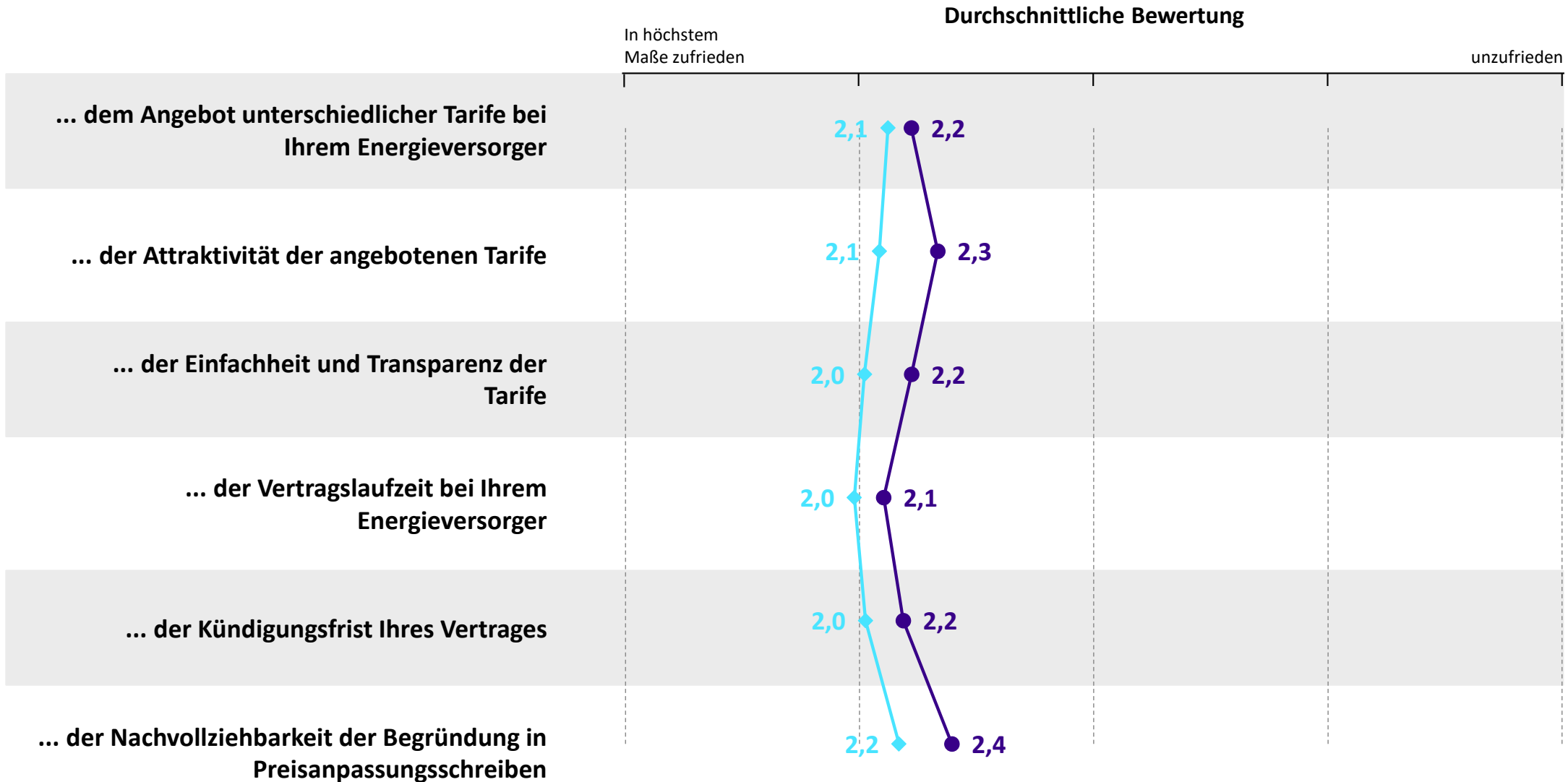


Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

■ kein Versorgerwechsel (n = 621) ■ Versorgerwechsel (n = 579)

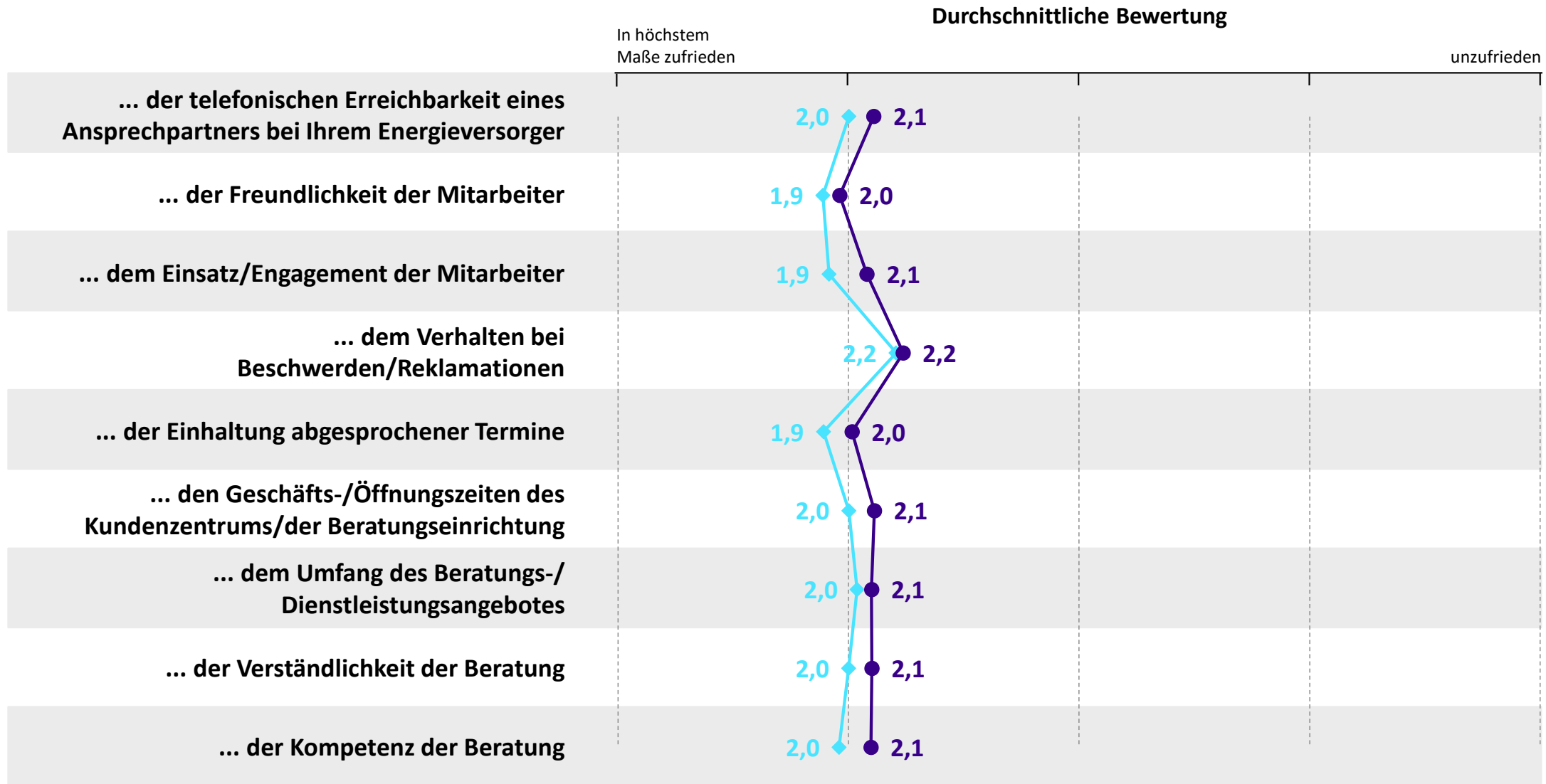
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 2/3



Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Differenziert nach Versorgerwechsel 3/3

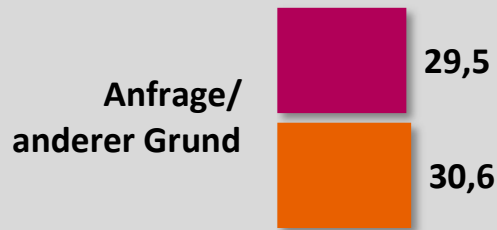


Frage 21: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Durchschnittswerte

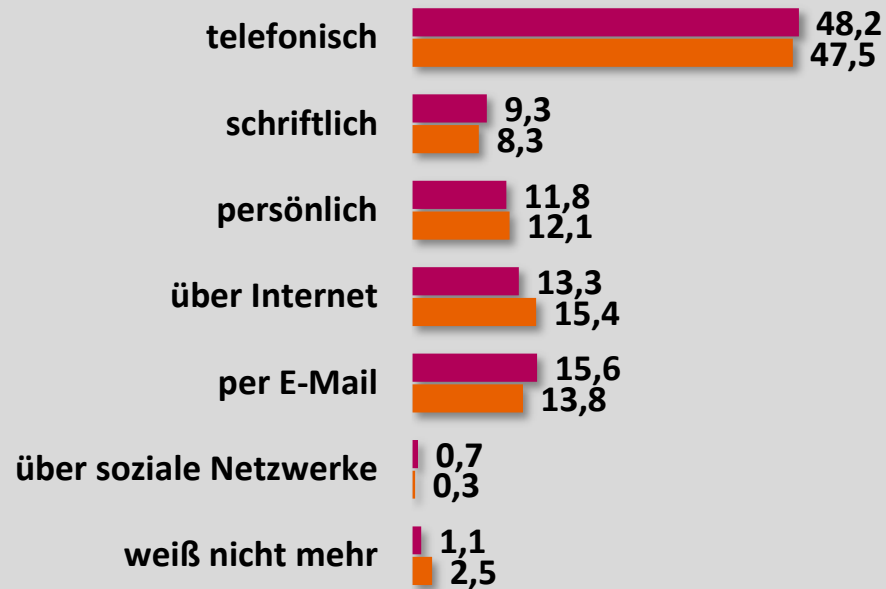
■ kein Versorgerwechsel (n = 621) ■ Versorgerwechsel (n = 579)

Ablauf des letzten Kontaktes

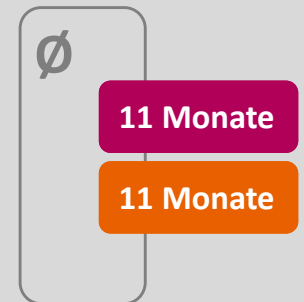
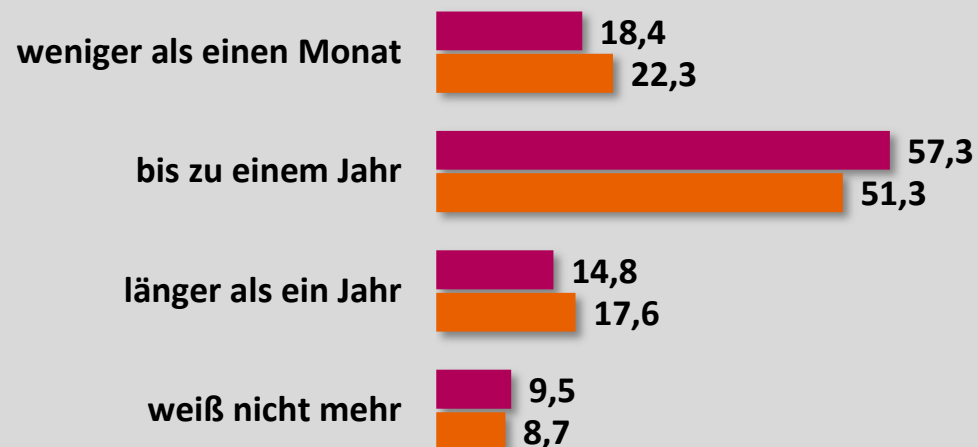


Frage 20/20.1: Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?

■ Studie 2020 (n = 1.200) ■ Studie 2019 (n = 1.200)



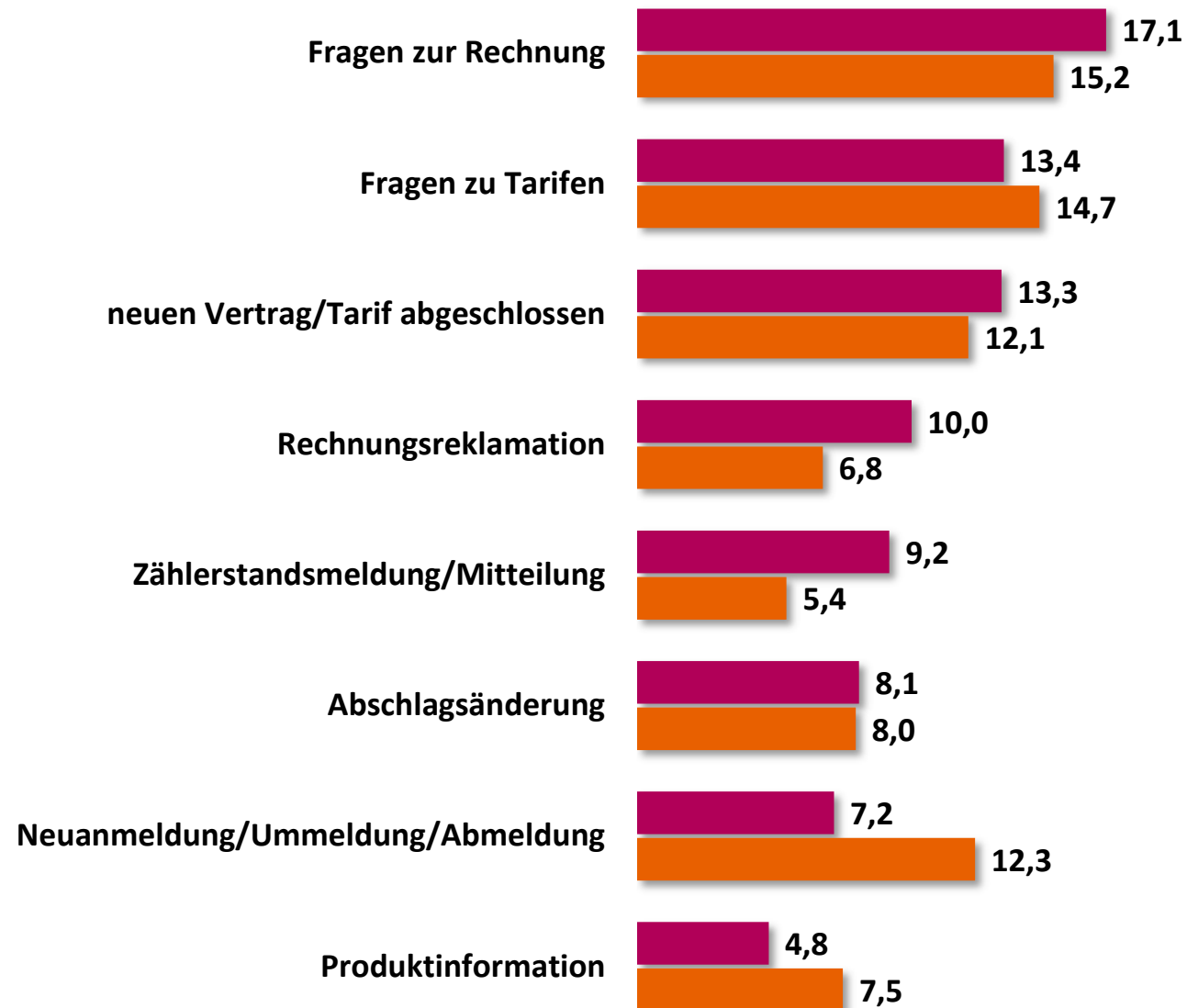
Frage 20.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?



Frage 20.3: Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?

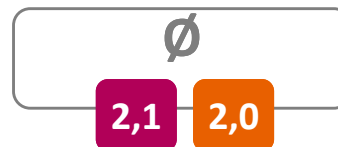
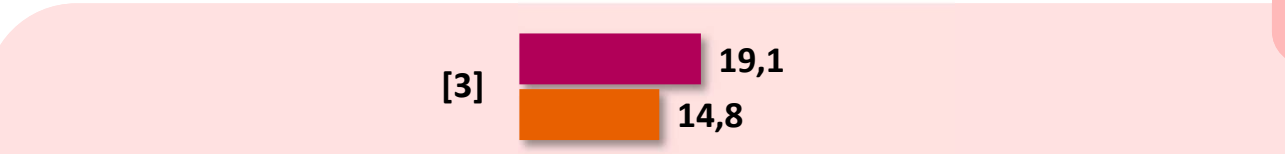
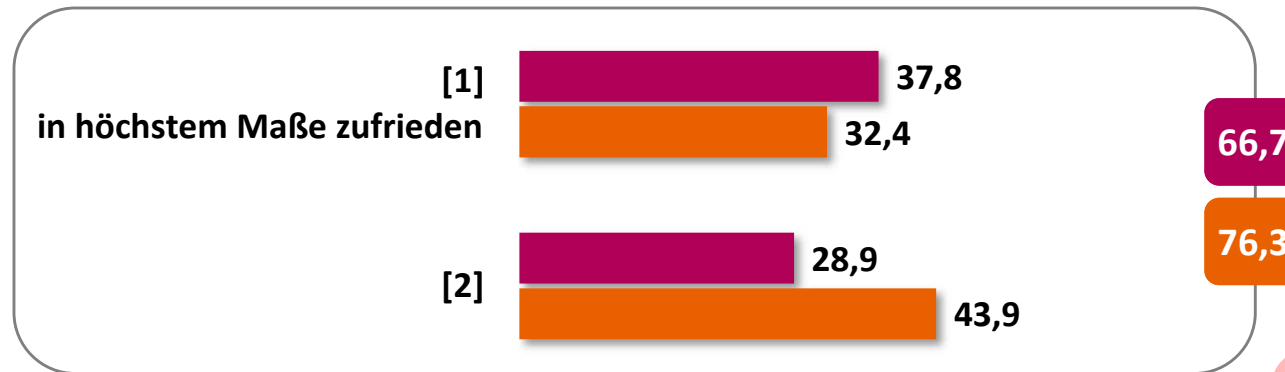
■ Studie 2020 (n = 425) ■ Studie 2019 (n = 428)

Anlass für den letzten Kontakt



Frage 20.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Gesamtbewertung des letzten Kontaktes



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

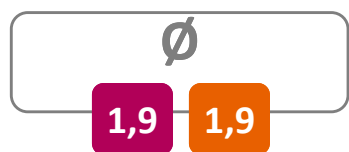
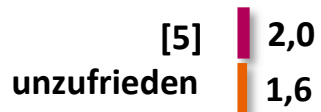
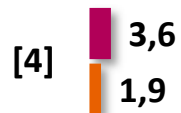
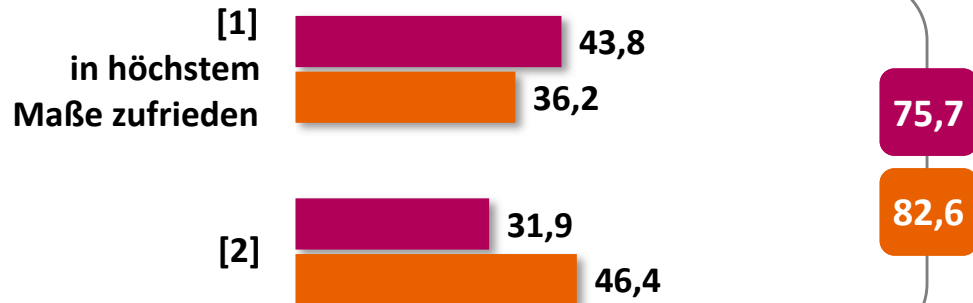
Gründe für die Unzufriedenheit

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

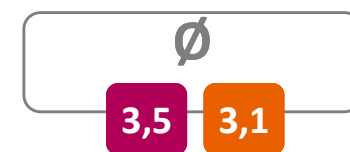
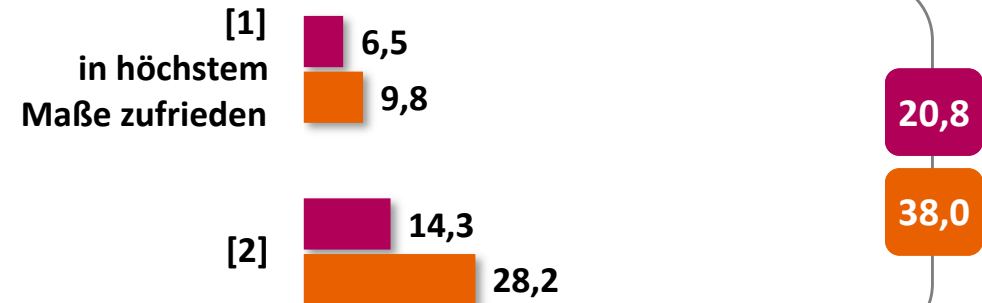
n = 132

Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenzierung nach Kontaktgrund

Anfrage/anderer Grund



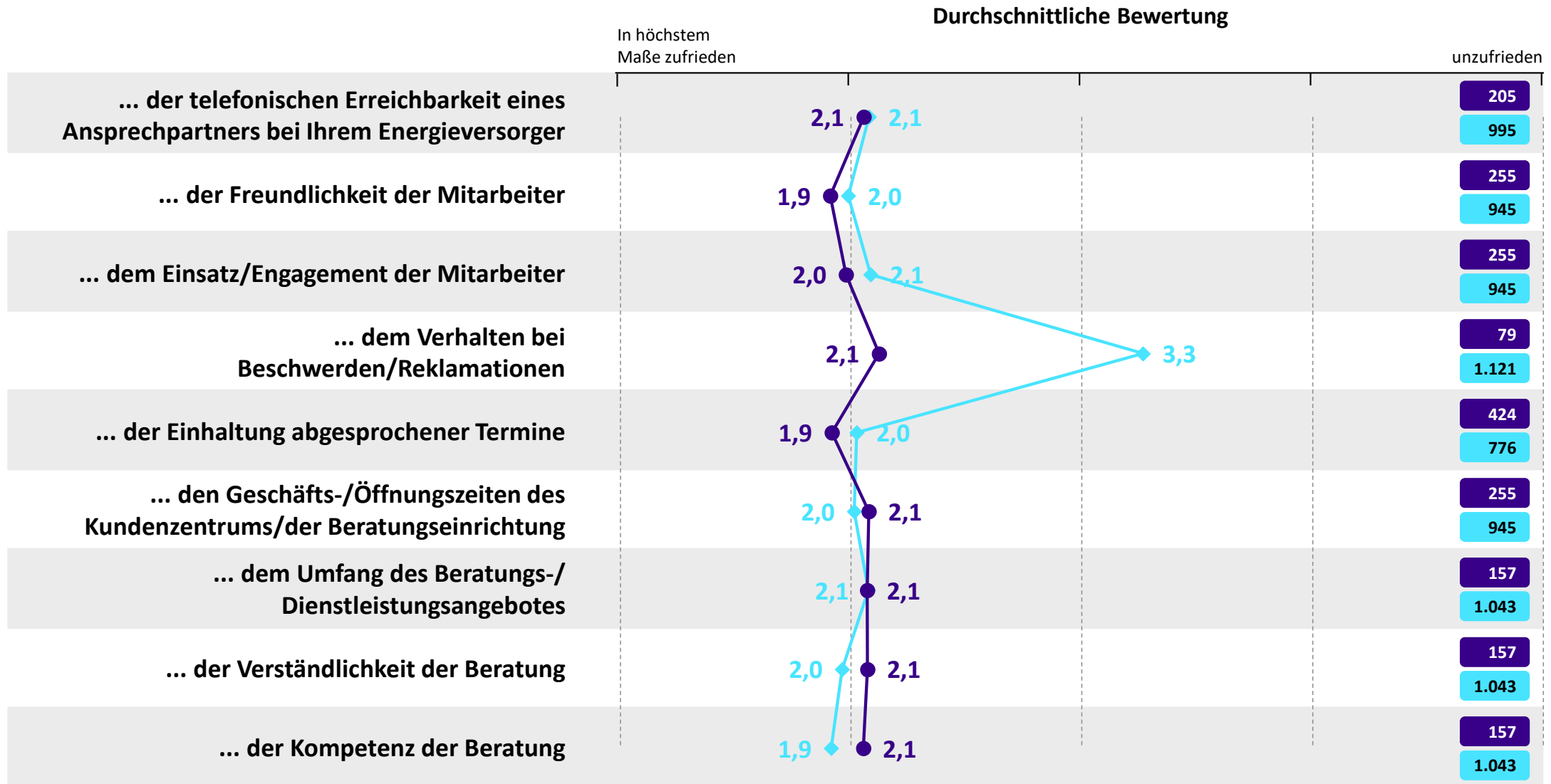
Beschwerde



Frage 20.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

Angaben in %

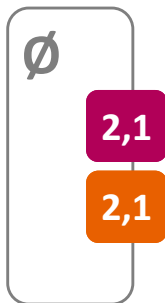
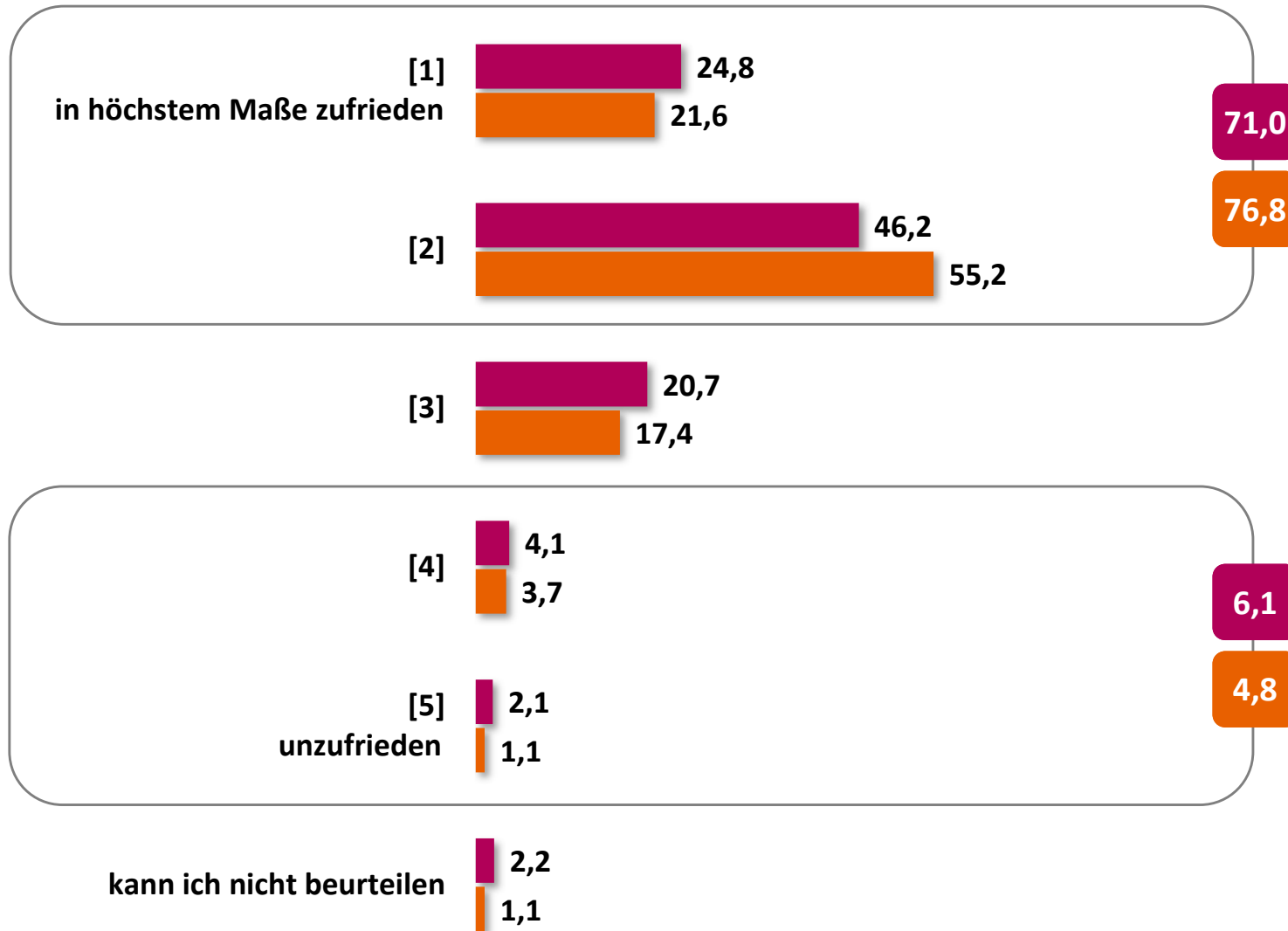
Tatsächliche erlebte Kundenzufriedenheit



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	2,1
Big 4	2,2
reine Ökoanbieter	1,7
Discounter	2,1
Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
Regionalversorger	1,9

Frage 23: 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

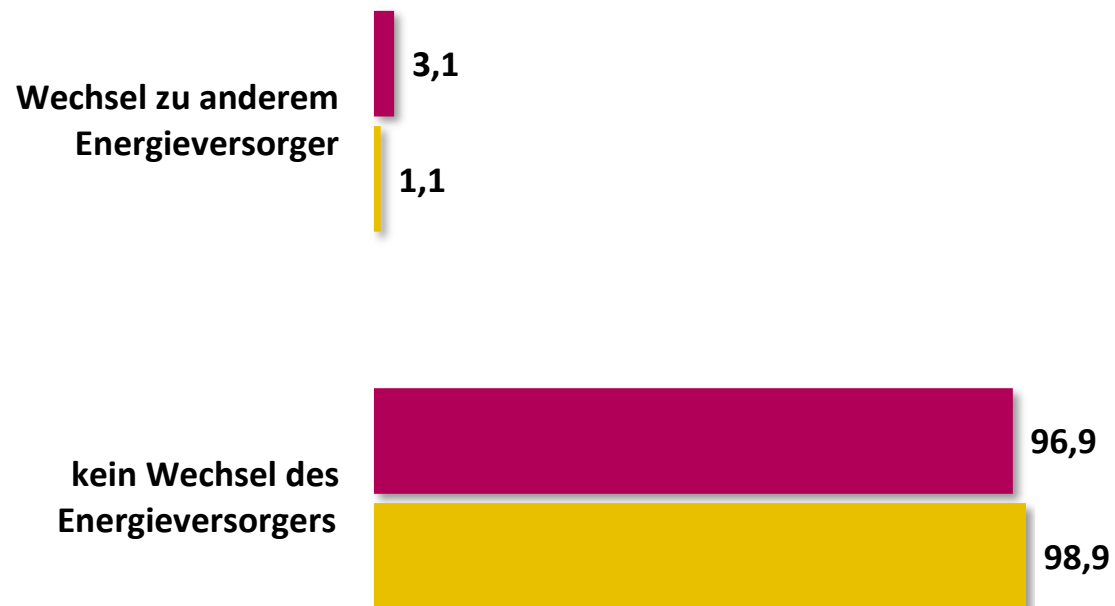
Quartalsweise Wechselquote

Zur Ermittlung der exakten Wechselquote für ein Quartal werden neben der Frage nach einem bereits erfolgten Versorgerwechsel im Quartal 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
- Umzug

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

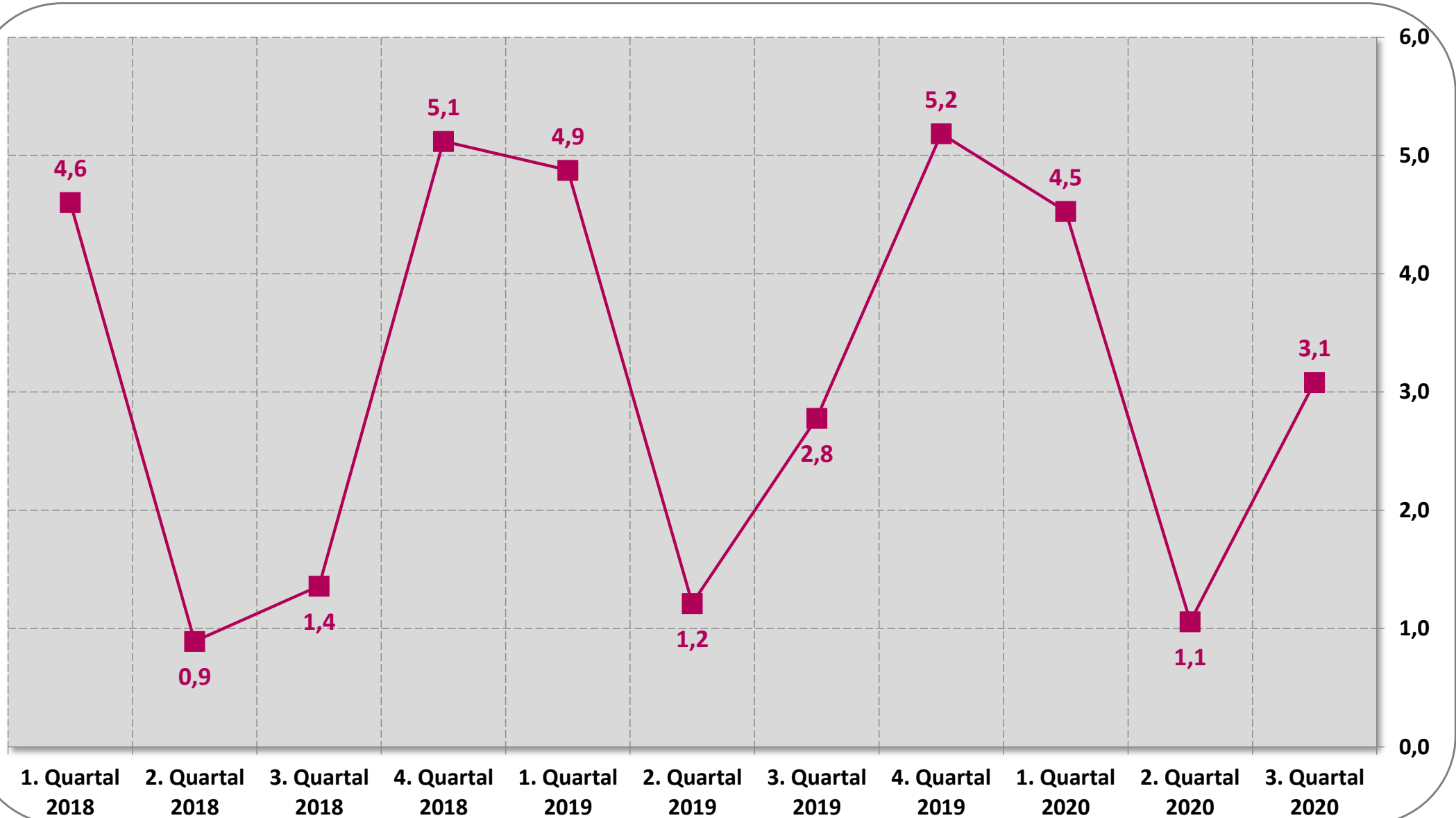
Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:



Angaben in %

Quartalsweise Wechselquote – Zeitreihe

Zeitreihe der quartalsweisen Wechselquote



Angaben in %

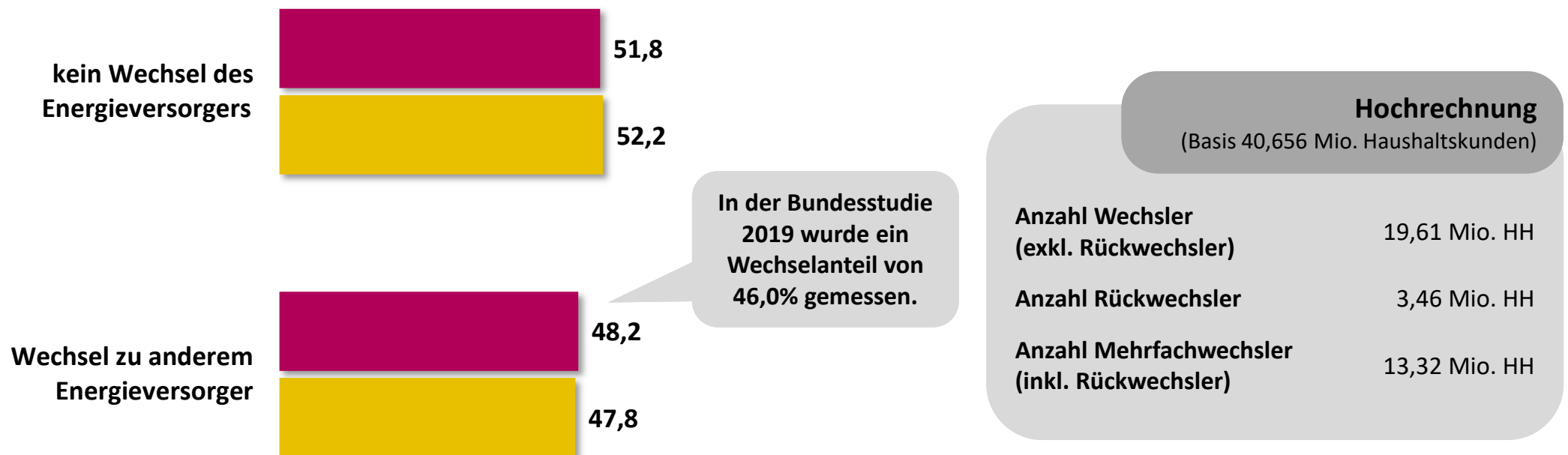
Kummulierte Wechselquote

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:

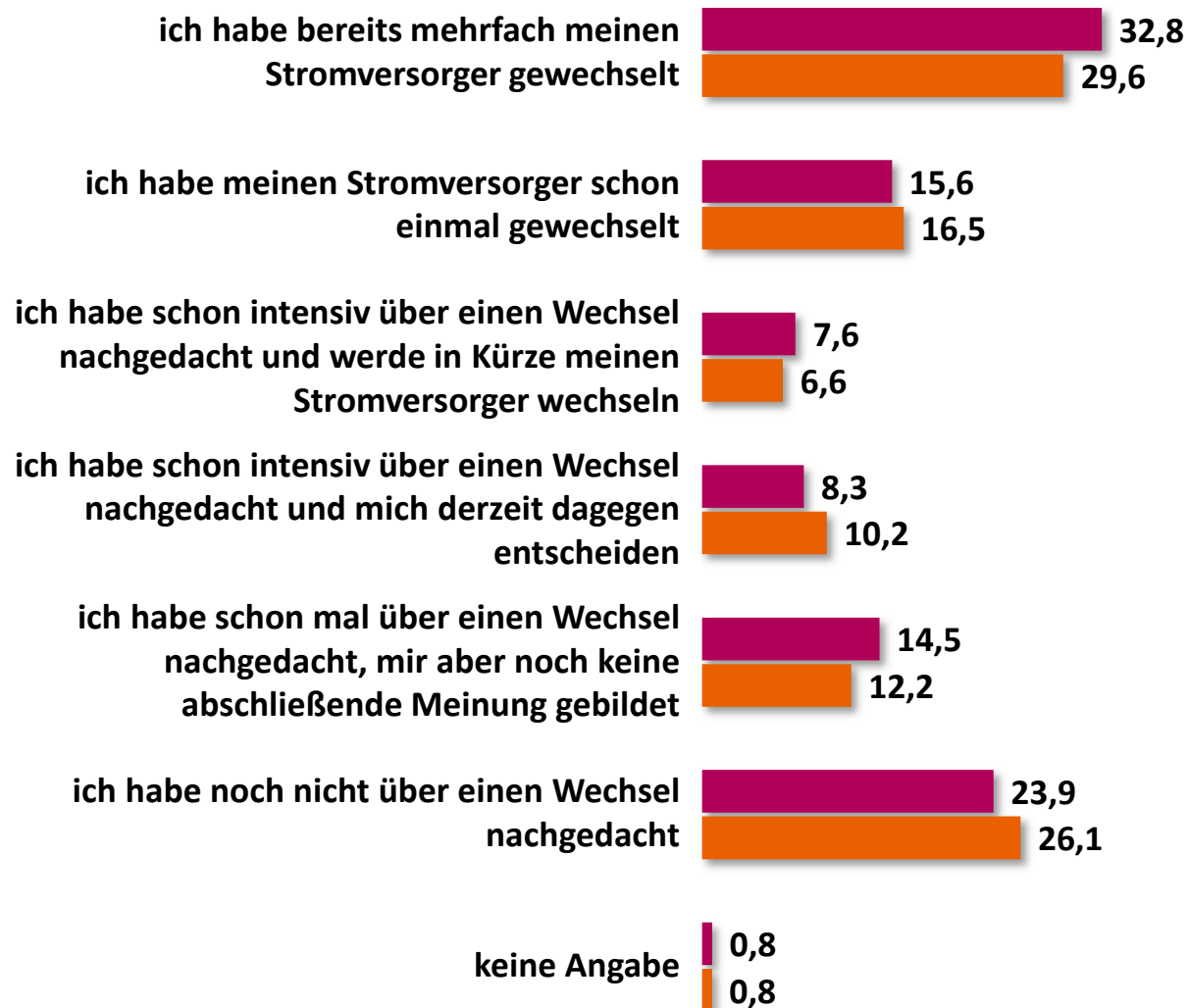
- Postleitzahl
- vorheriger Stromversorger
- Wechselhäufigkeit

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:



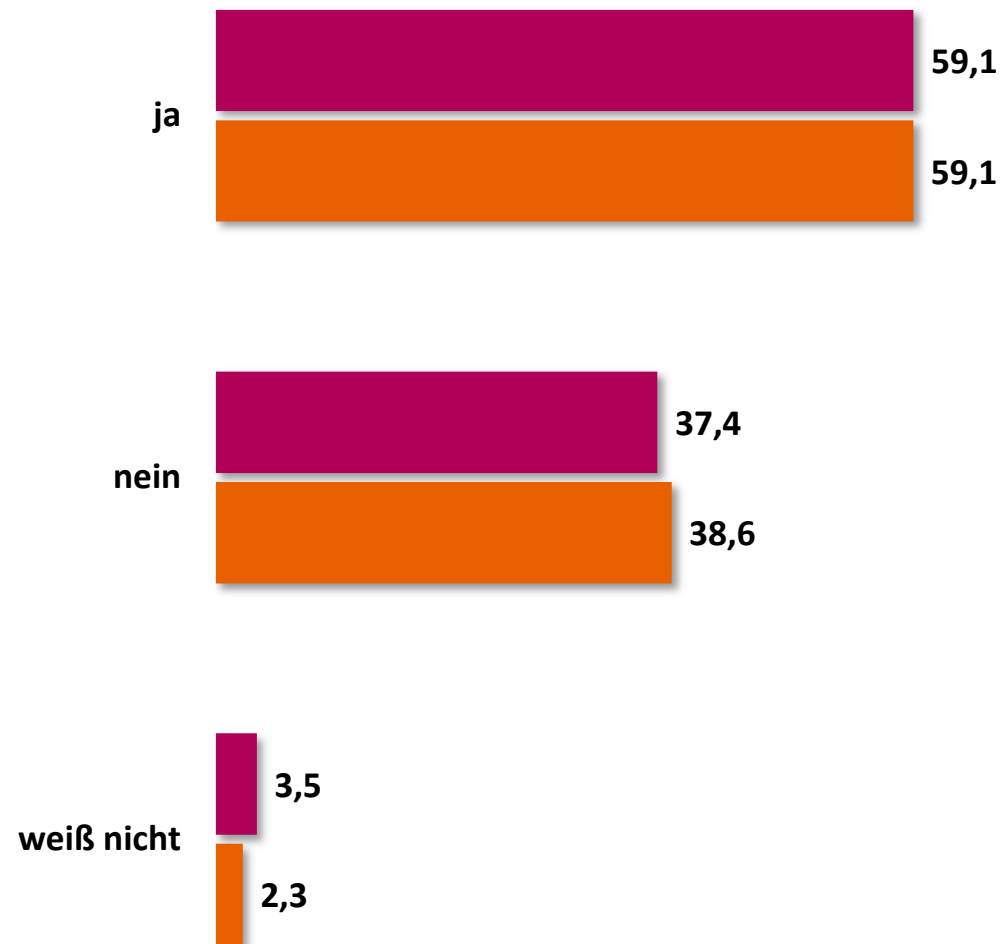
Wechselverhalten Strom



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 Haushalt zutrifft.

Angaben in %

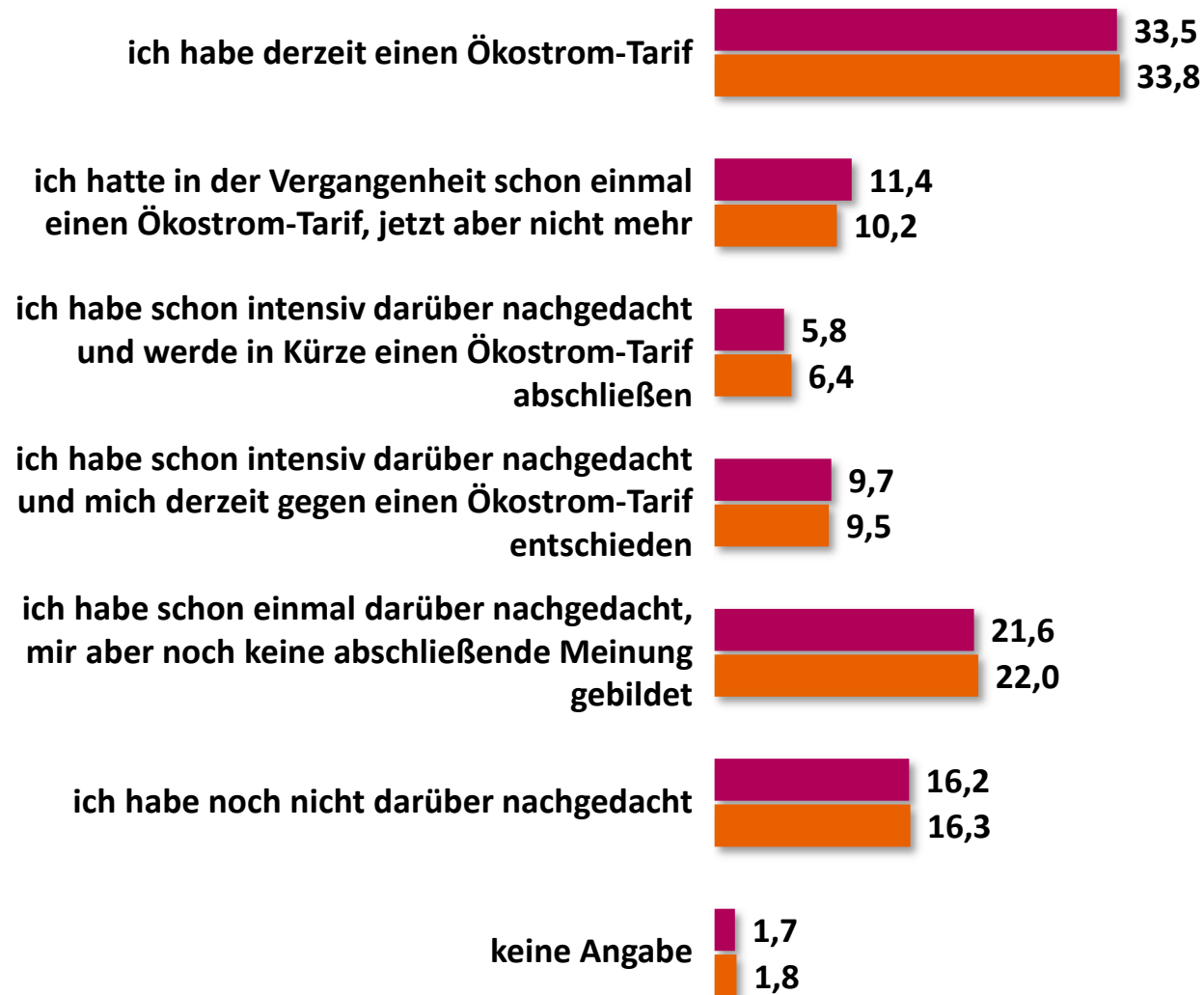
Tarifwechsel Strom



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 %

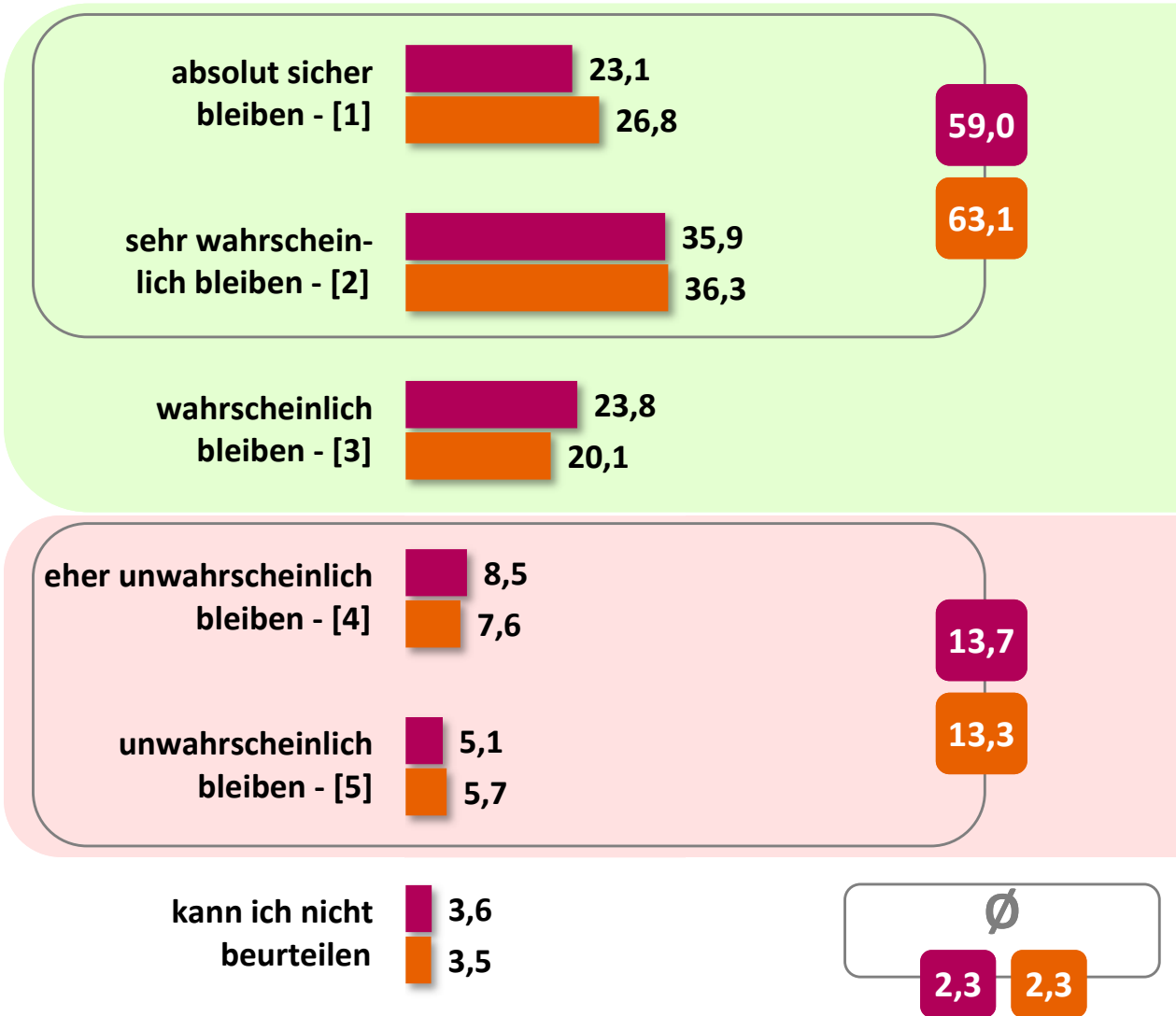
Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif



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

Angaben in %

Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger



Gründe für den Verbleib

1. bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
2. günstiger Strompreis
3. Sicherheit der Stromversorgung
4. regionaler Anbieter/vor Ort
5. guter Service des bisherigen Anbieter

n = 993

Gründe für den Wechsel

1. Strompreis
2. schlechter Service
3. Wechselbonus
4. Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers

n = 164

Bundesbenchmark	
Gesamt	2,3
Big 4	2,5
reine Ökoanbieter	2,0
Discounter	2,6
Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
Regionalversorger	2,3

Frage 24: Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Stromversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Stromversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Stromversorger bleiben? Würden Sie ...?

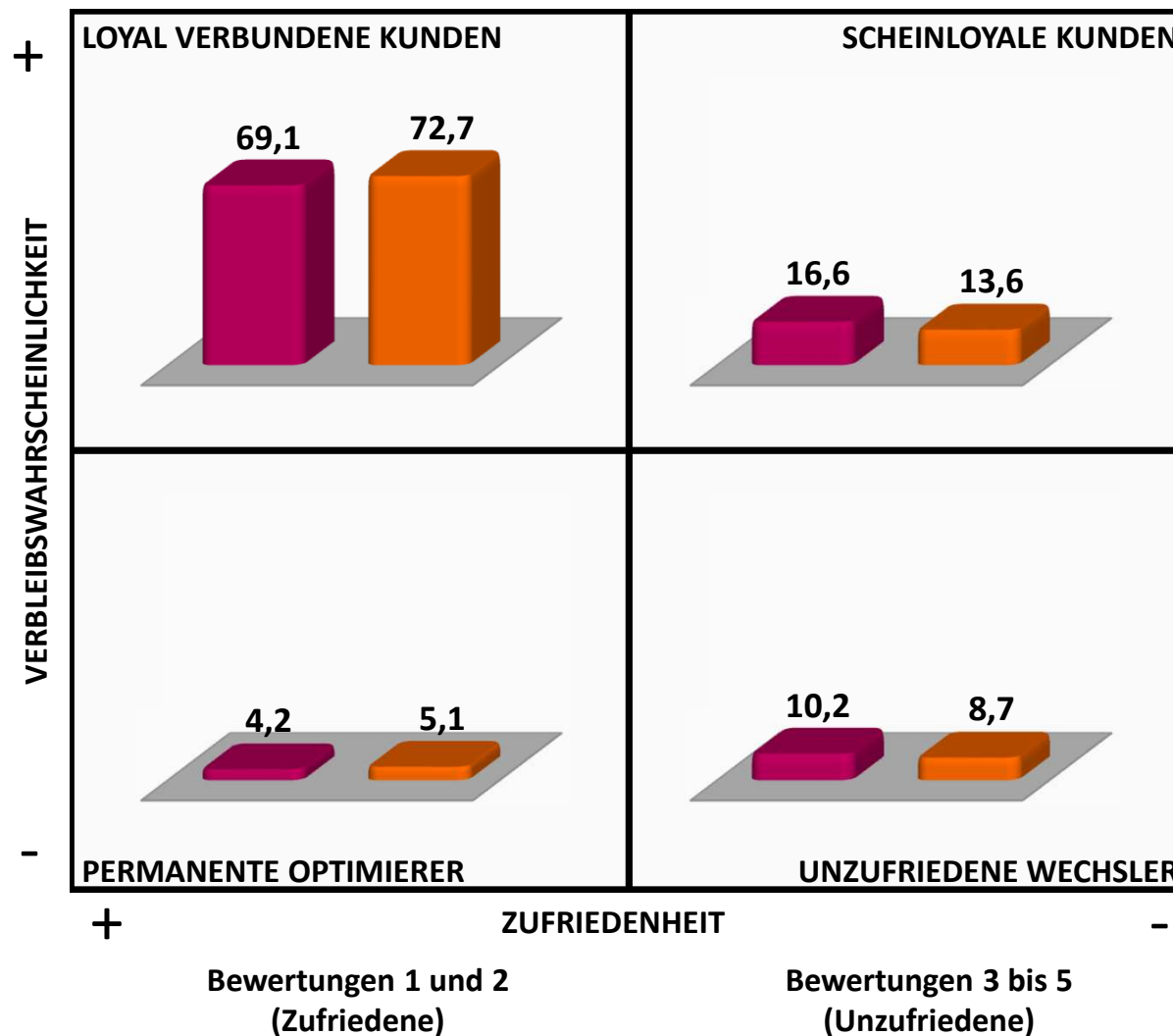
Zufriedenheit-Bindungs-Tableau

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

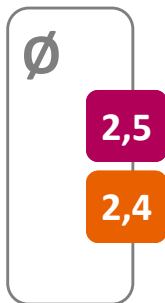
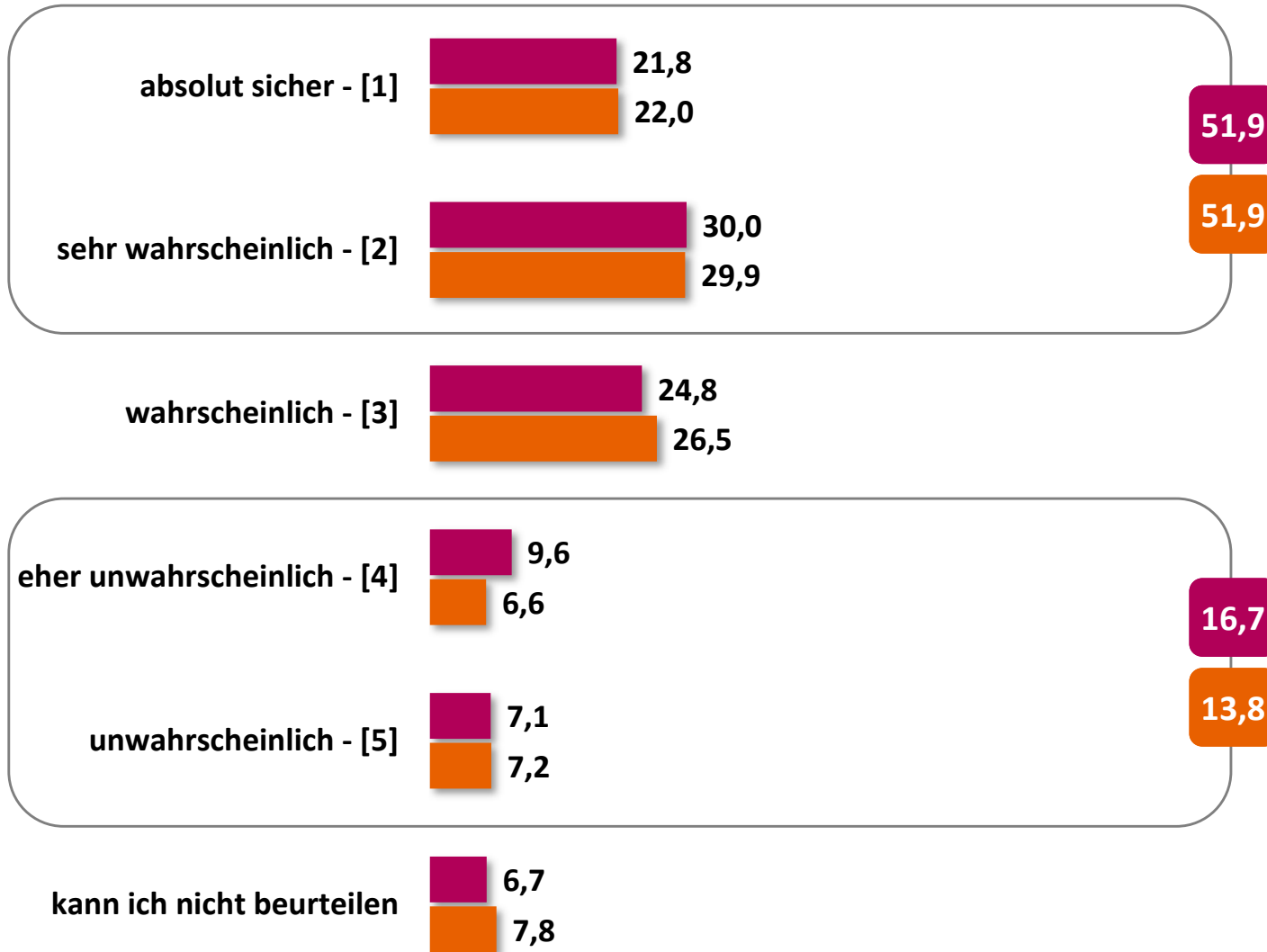
Bewertungen 1 bis 3
(absolut sicher bis
wahrscheinlich bleiben)

Bewertungen 4 und 5
(eher unwahrscheinlich und
unwahrscheinlich bleiben)

Bundesbenchmark		
	2020	2019
Gesamt	69,1	72,7
Big 4	66,9	65,6
reine Ökoanbieter	86,8	81,6
Discounter	64,6	70,6
Stadtwerke/Lokalversorger	71,7	80,1
Regionalversorger	71,7	79,5



Weiterempfehlungsquote

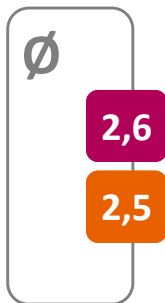
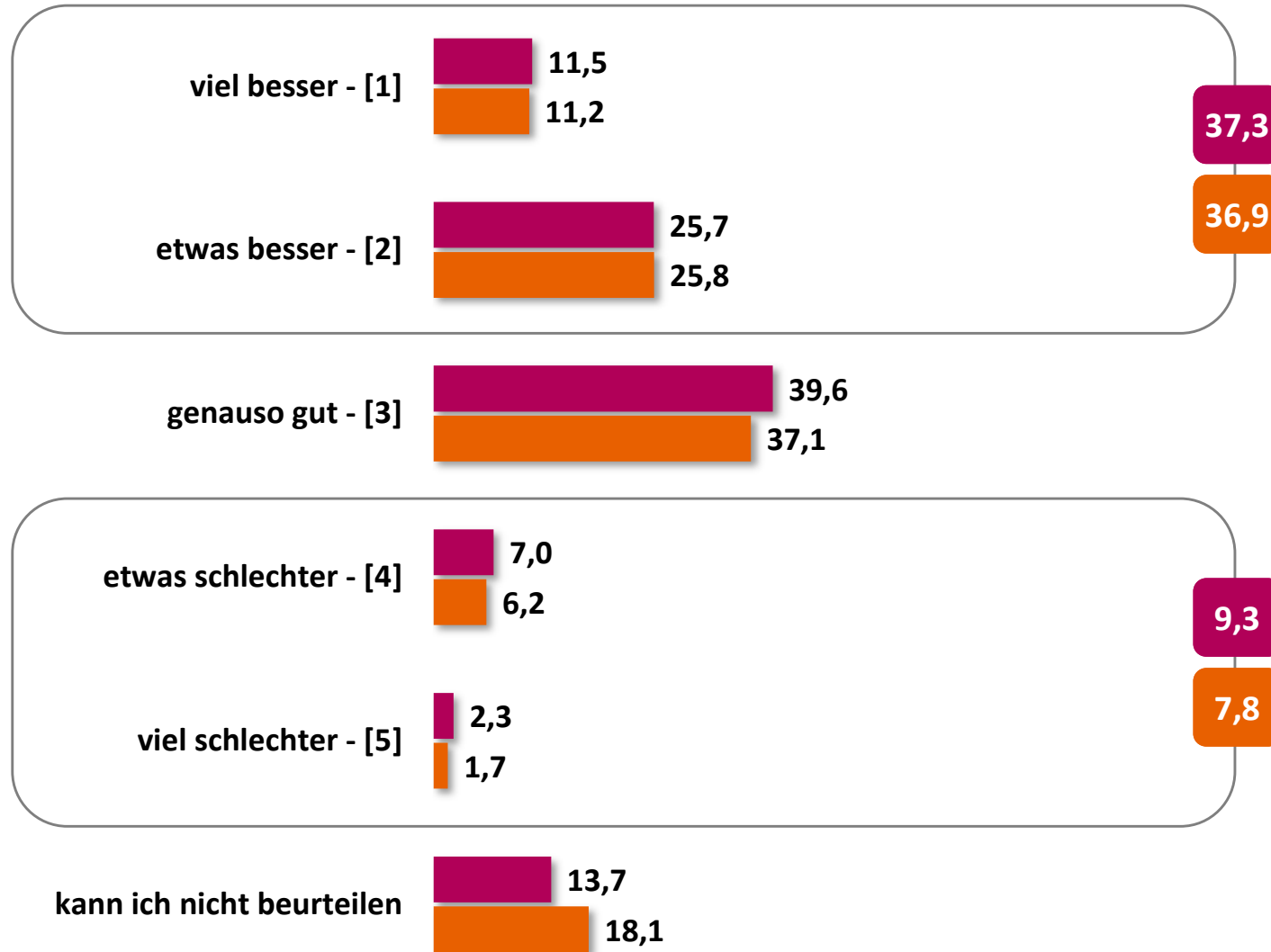


Bundesbenchmark	
Gesamt	2,5
Big 4	2,6
reine Ökoanbieter	1,7
Discounter	2,5
Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
Regionalversorger	2,5

Frage 25: Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten 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	1,9
Discounter	2,5
Stadtwerke/Lokalversorger	2,6
Regionalversorger	2,6

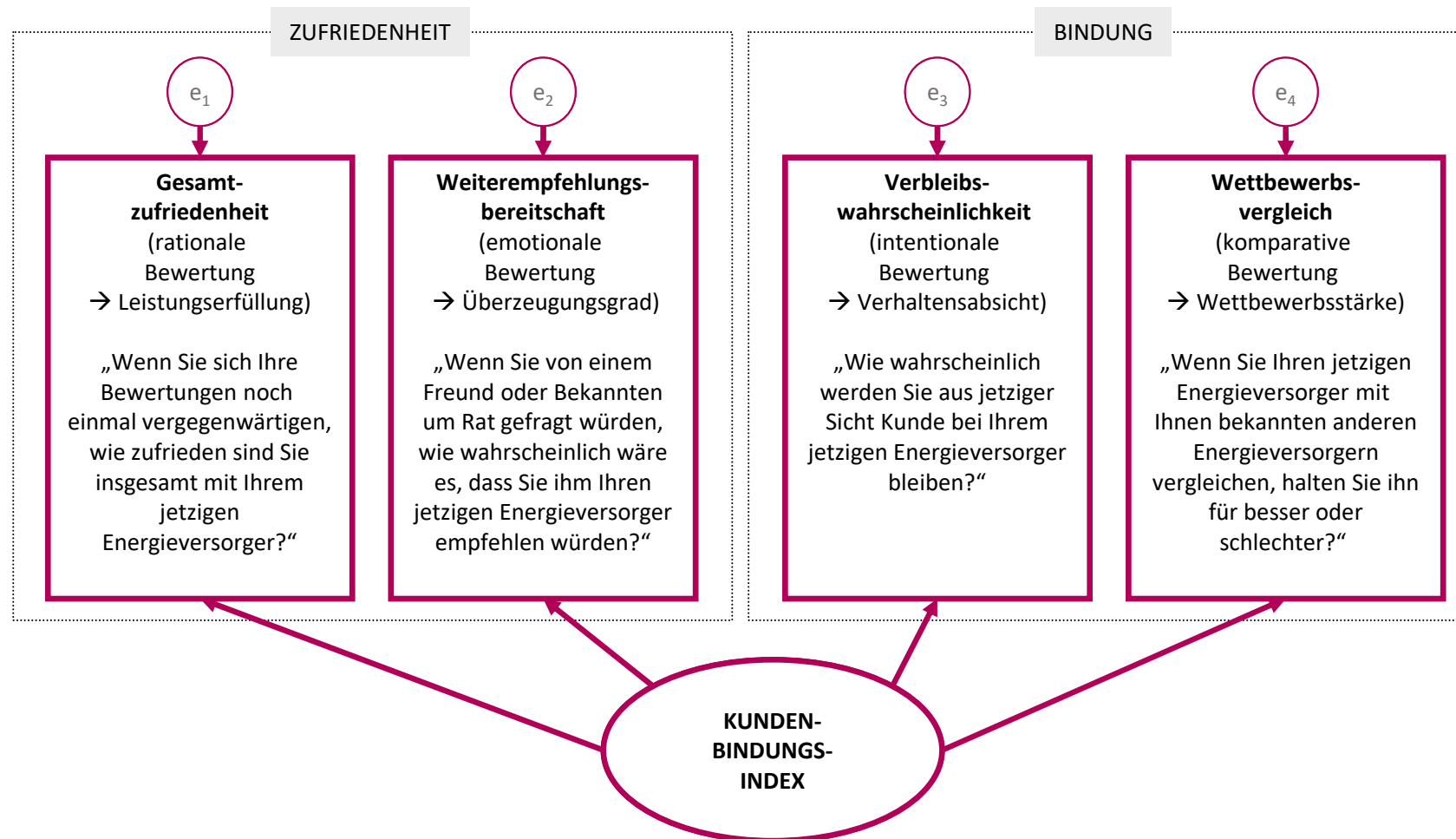
Frage 26: Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

Angaben in %

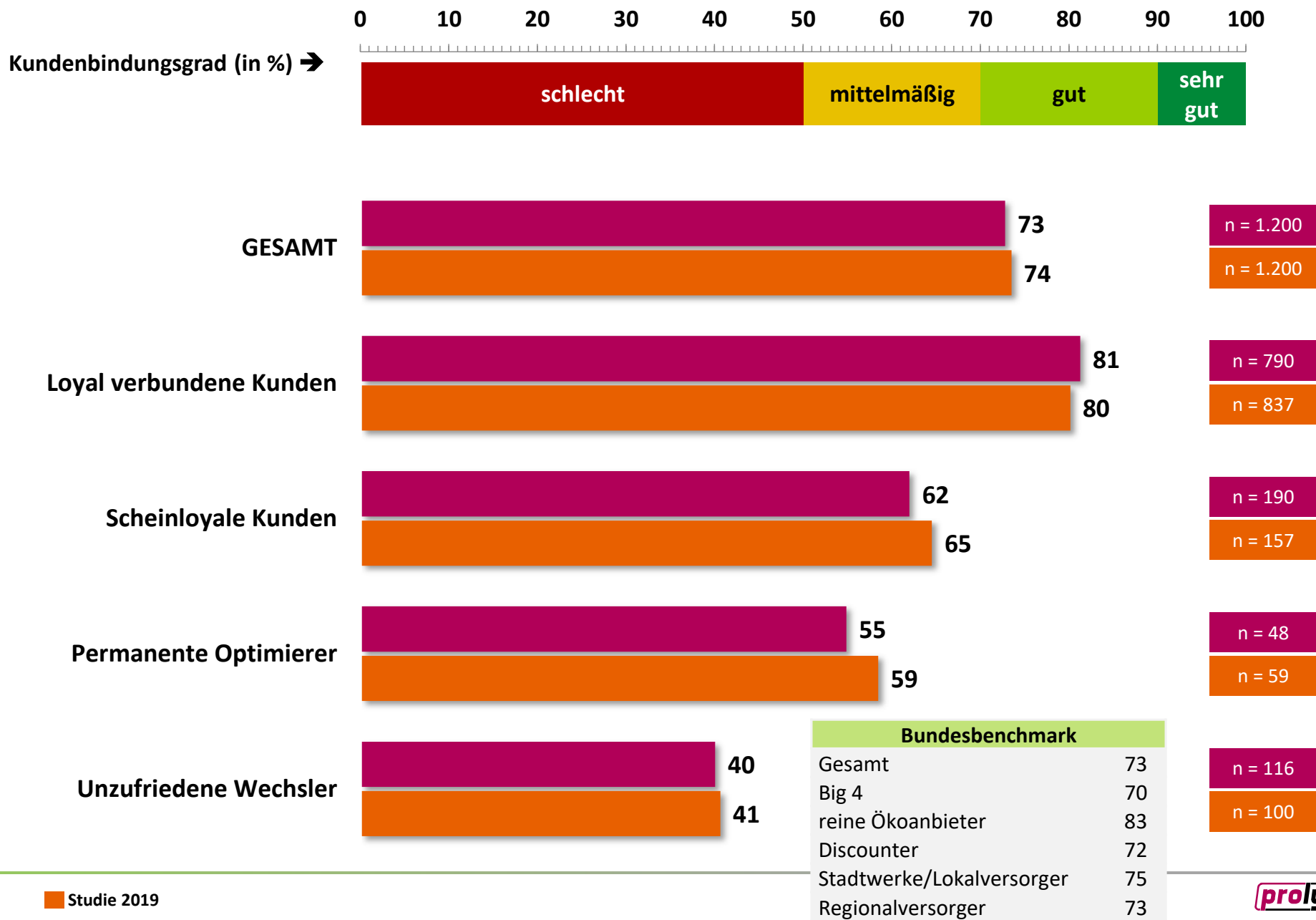
Struktur und Ableitung des Kundenbindungsindex

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



Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

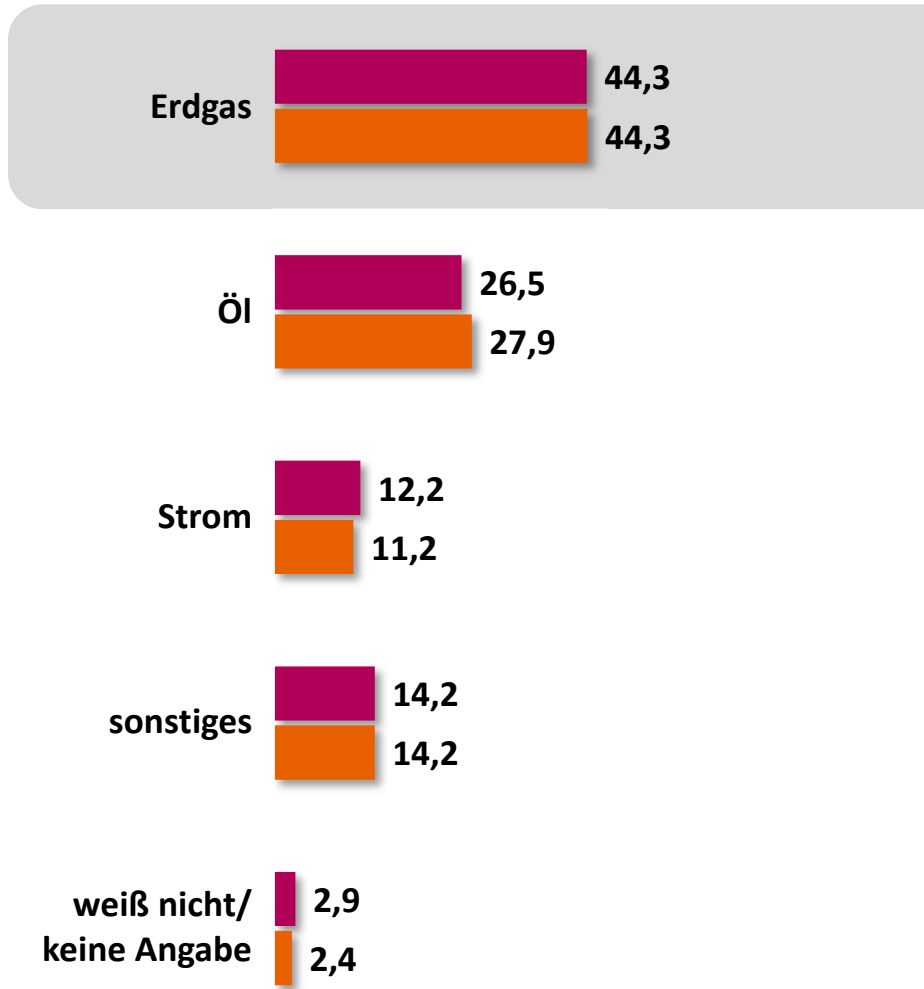
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Ergebnisse der Modellanalyse

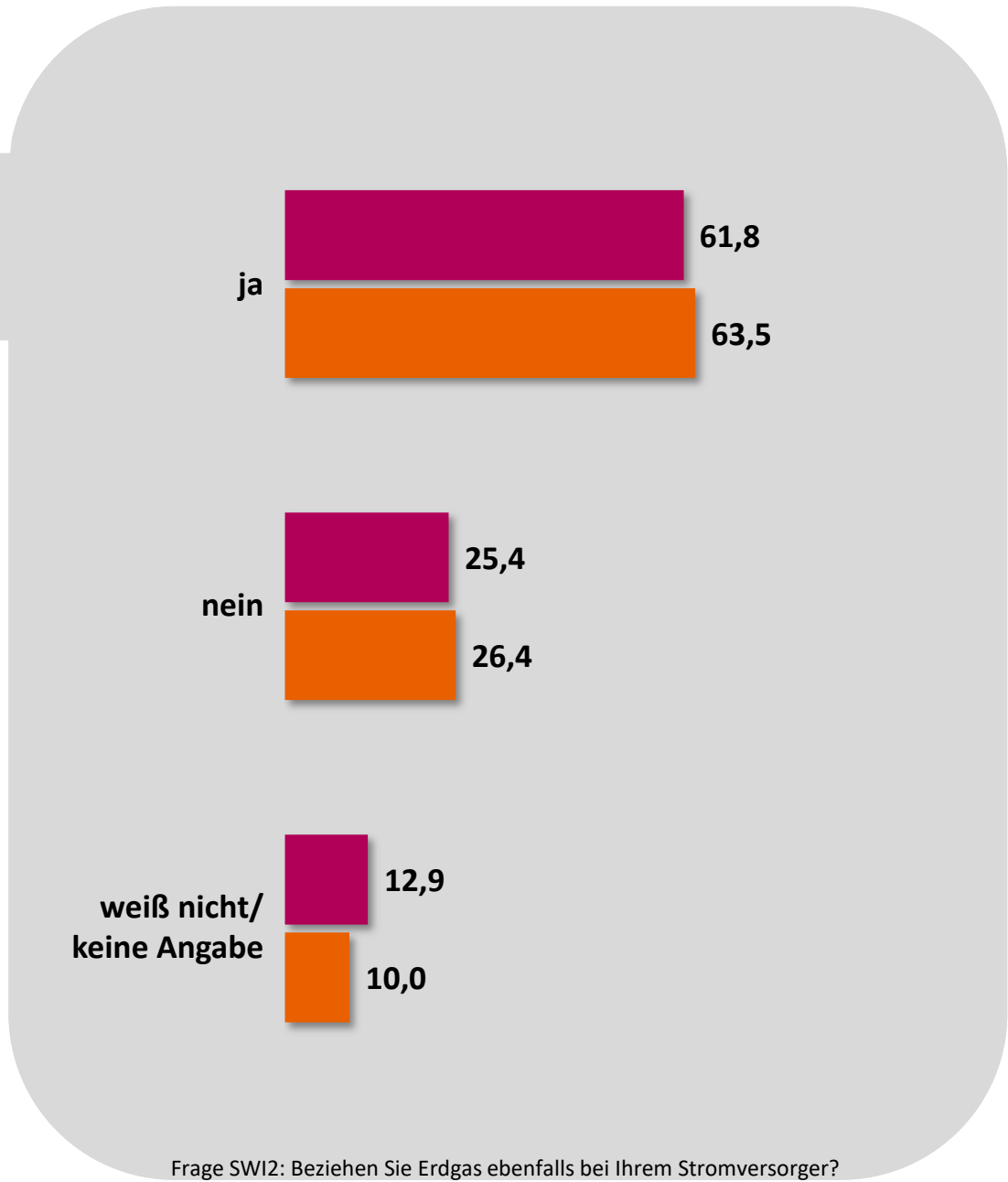
Anhang – Fragebogen

Erdgasbezug



Frage GW11: Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?

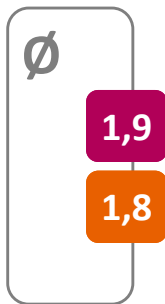
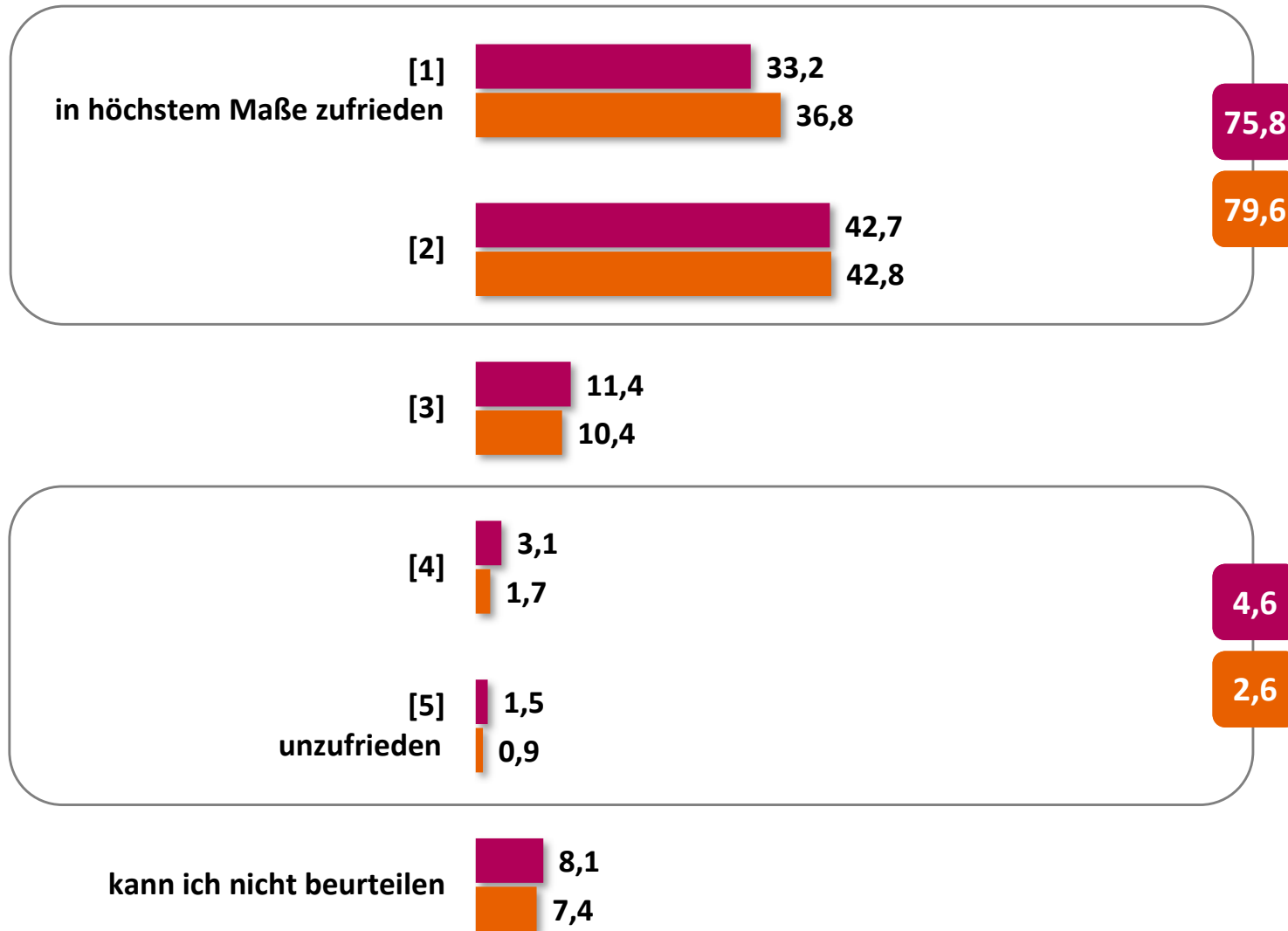
■ Studie 2020 (n = 1.200) ■ Studie 2019 (n = 1.200)



Frage SW12: Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?

■ Studie 2020 (n = 531) ■ Studie 2019 (n = 532)

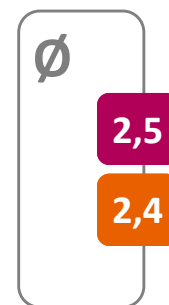
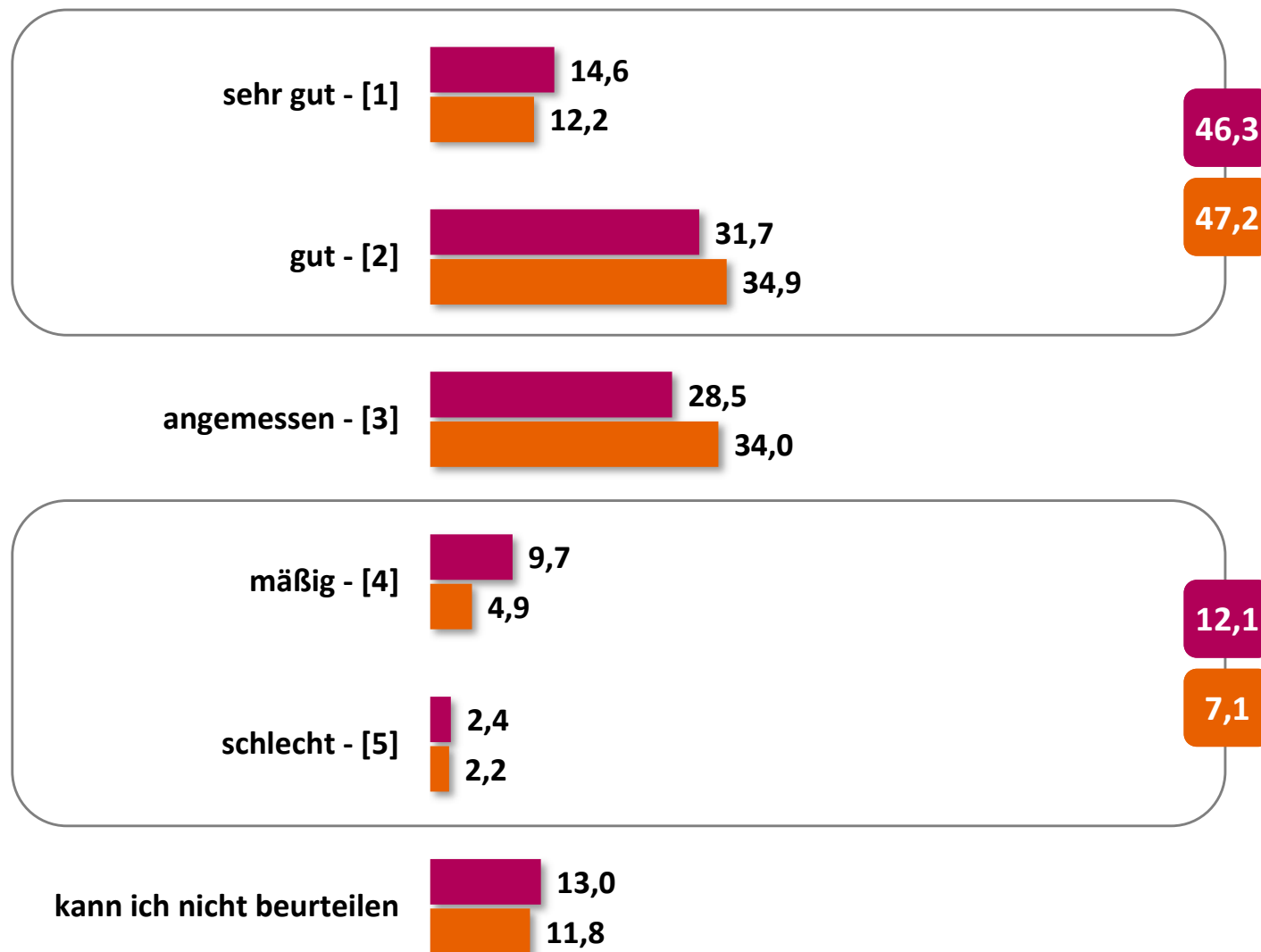
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz Erdgas



Frage 27: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger?

Angaben in %

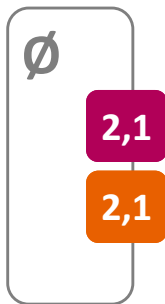
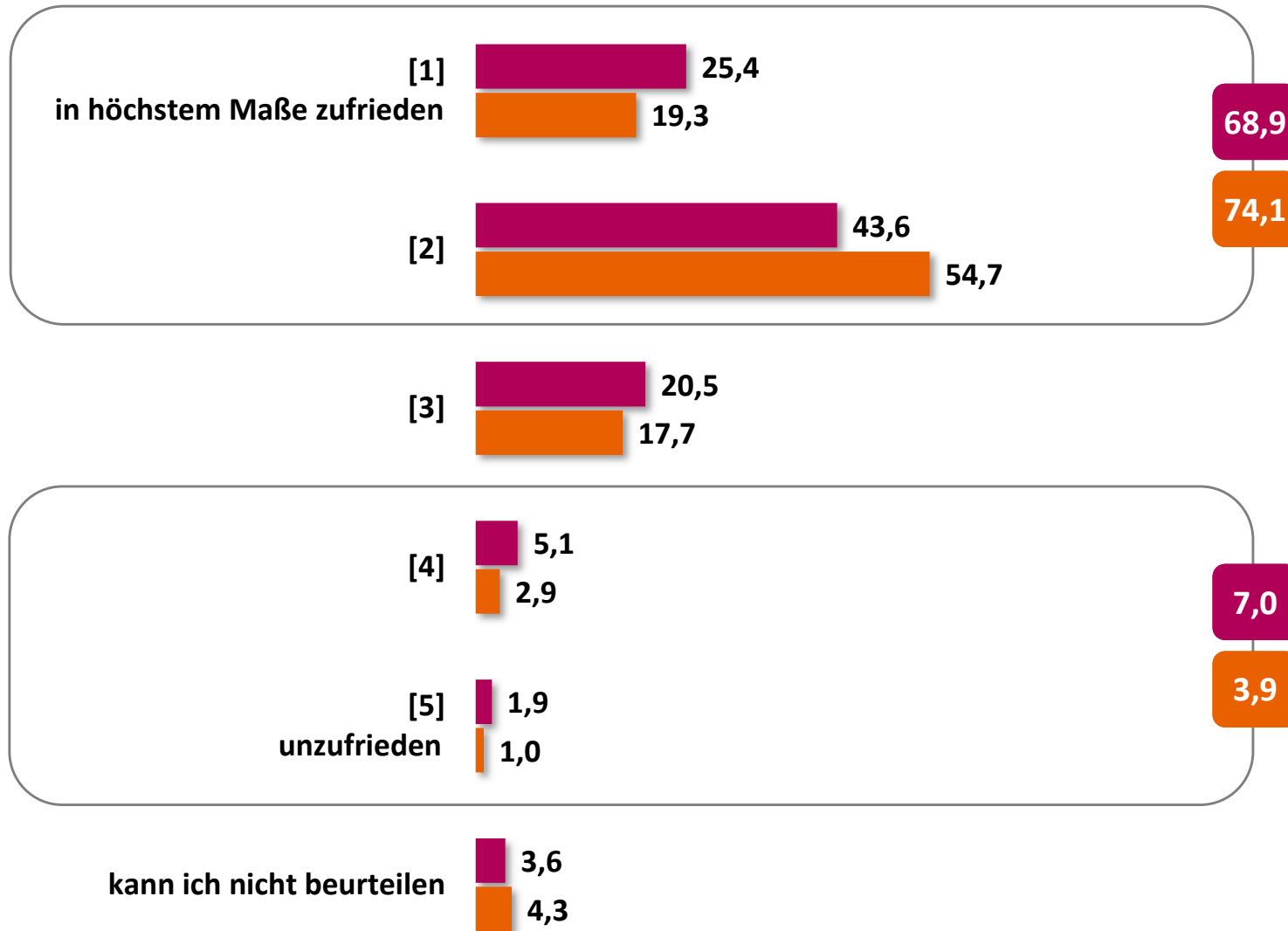
Preis-Leistungs-Verhältnis – Erdgas



Frage 28: 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 %

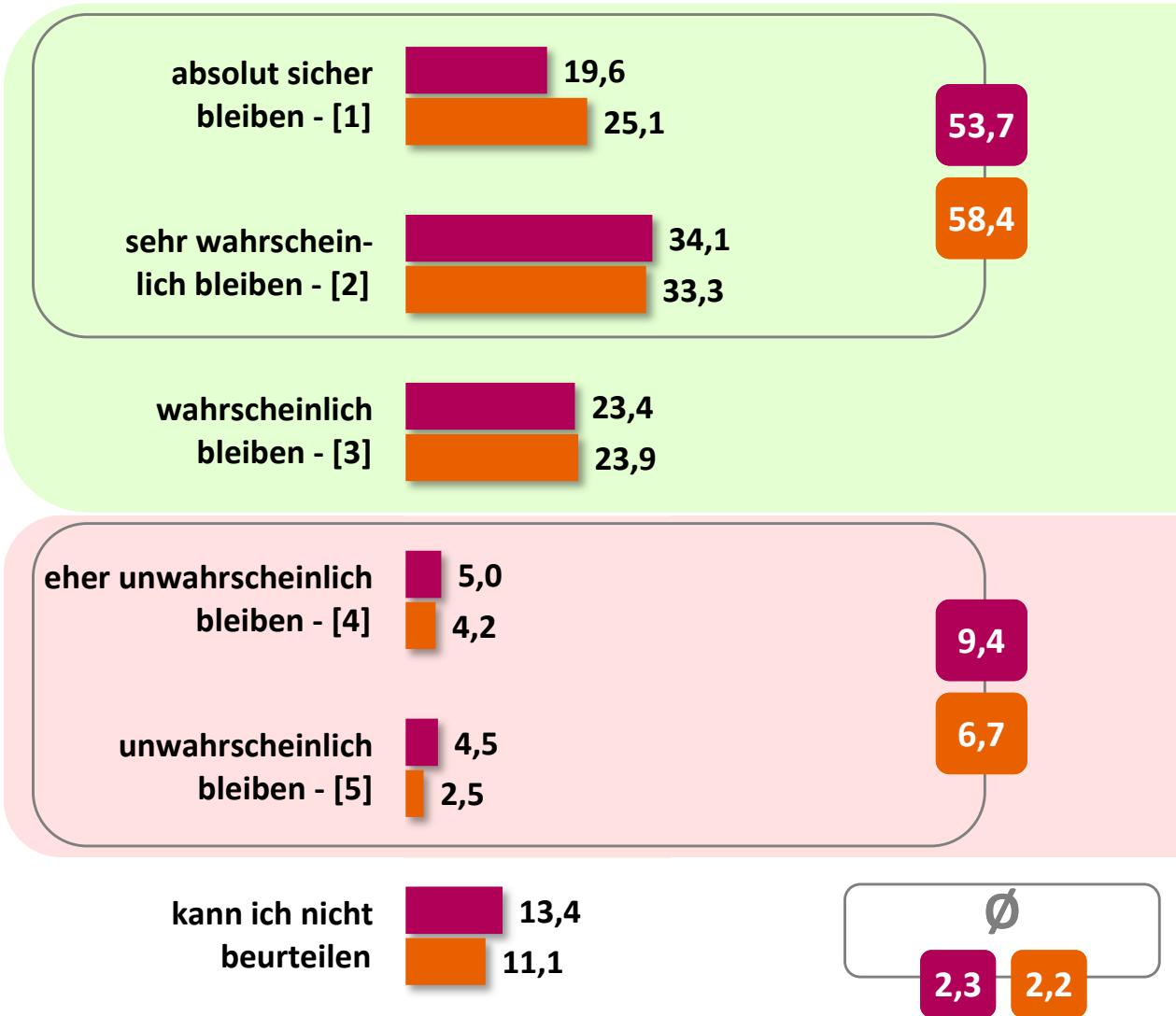
A'posteriori-Gesamtzufriedenheit – Erdgas



Frage 29: 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. kenne derzeit keine bessere Alternative
 5. regionaler Anbieter/vor Ort
- n = 410

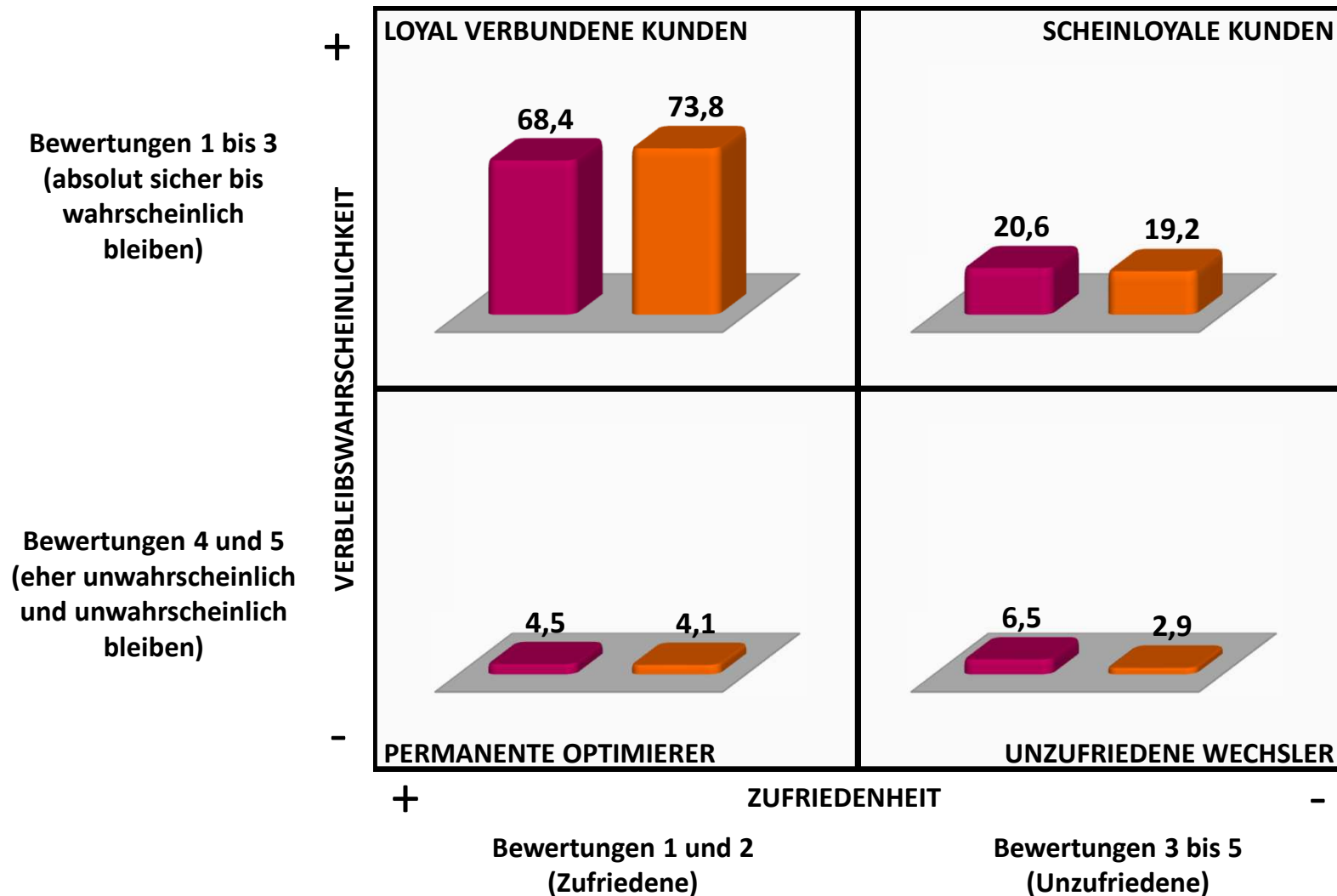
Gründe für den Wechsel

1. Gaspreis
 2. schlechter Service
 3. Wechselbonus
- n = 50

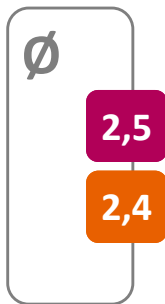
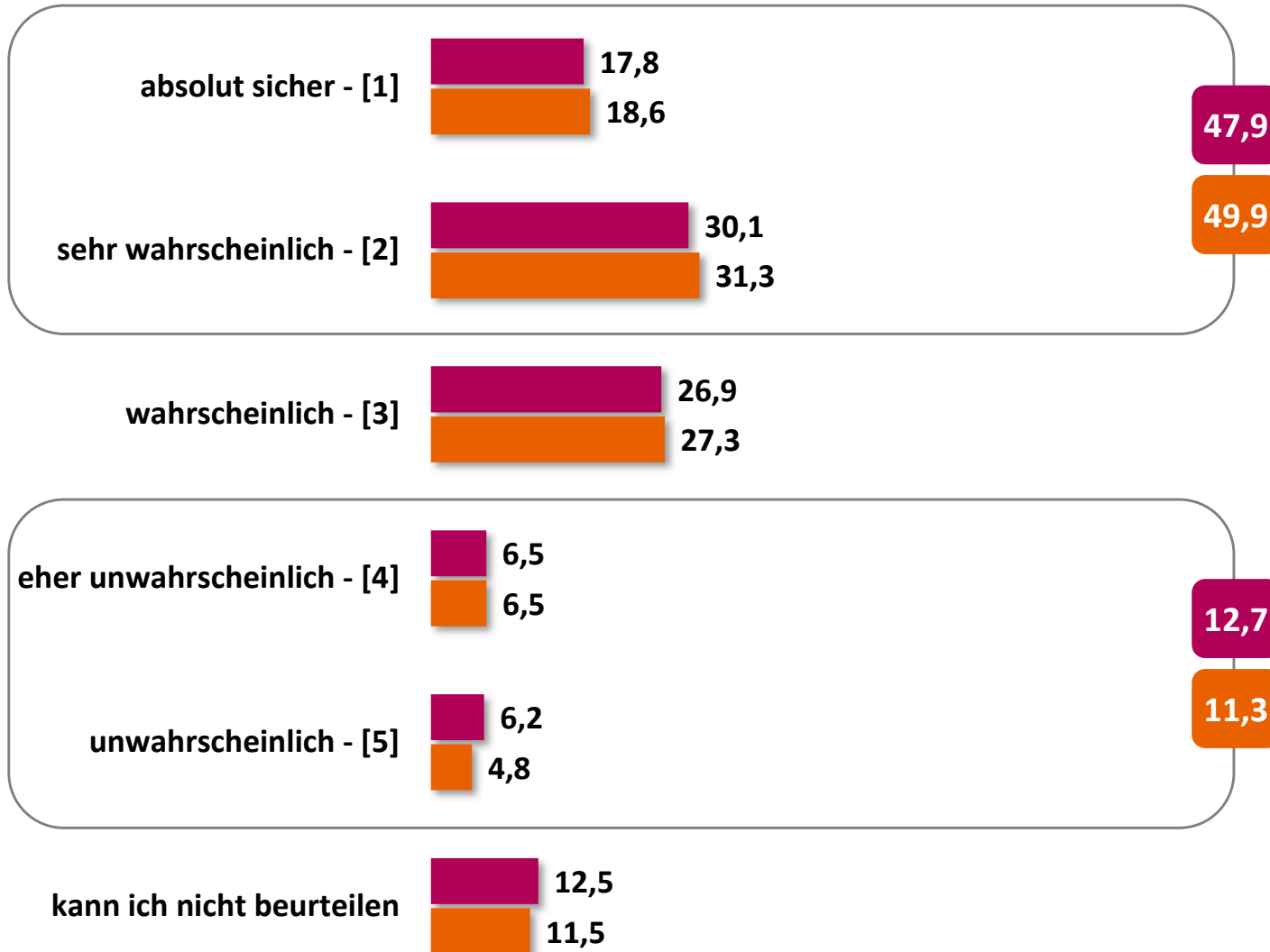
Frage 30: Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Erdgasversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Erdgasversorger bleiben? Würden Sie ...?

Zufriedenheit-Bindungs-Tableau – Erdgas

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



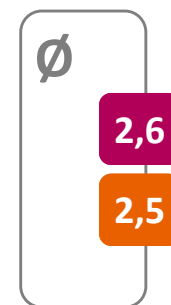
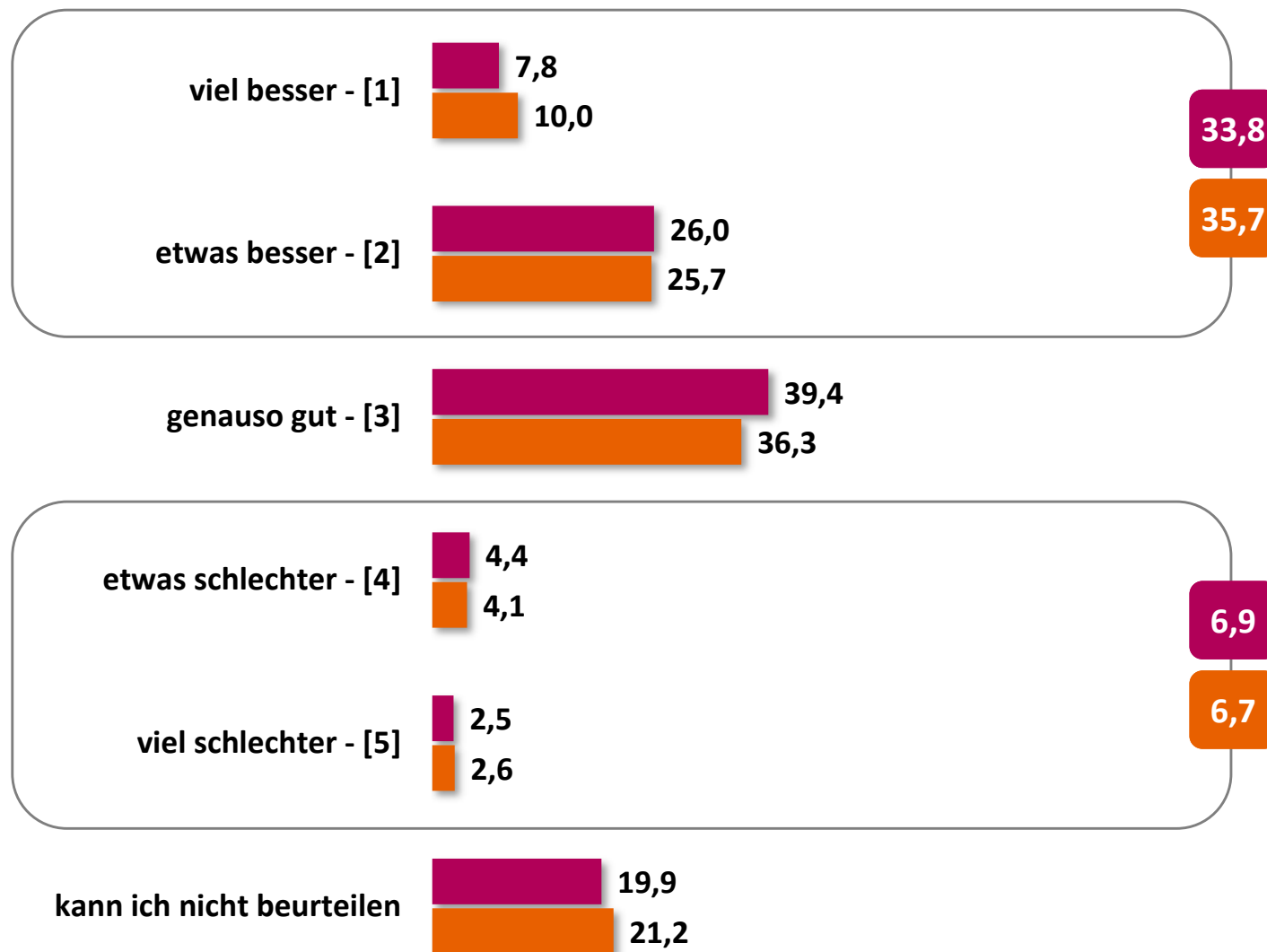
Weiterempfehlungsquote – Erdgas



Frage 31: Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Angaben in %

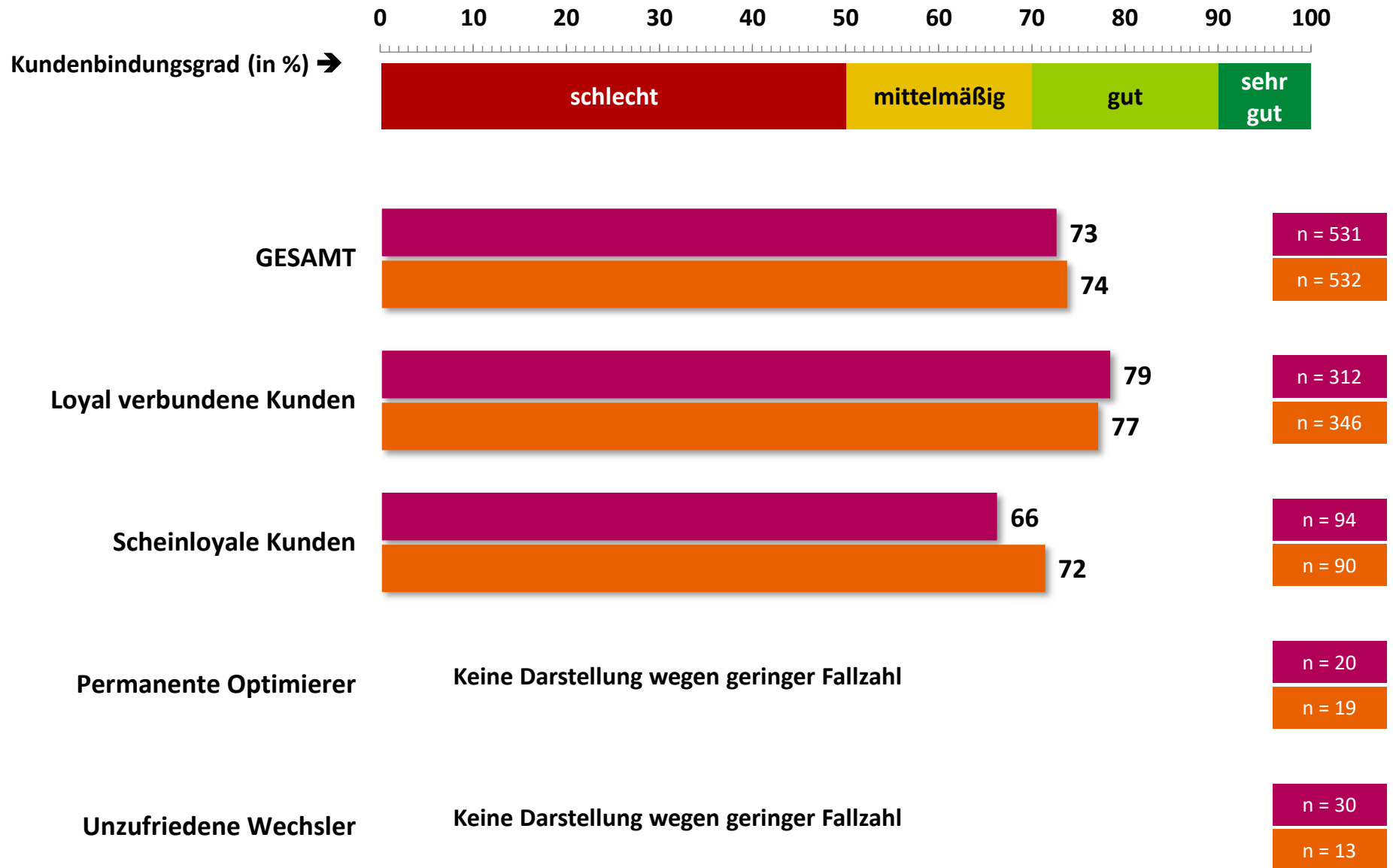
Erdgasversorger im Vergleich



Frage 32: Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

Angaben in %

Kundenbindungsindex – Erdgas



Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

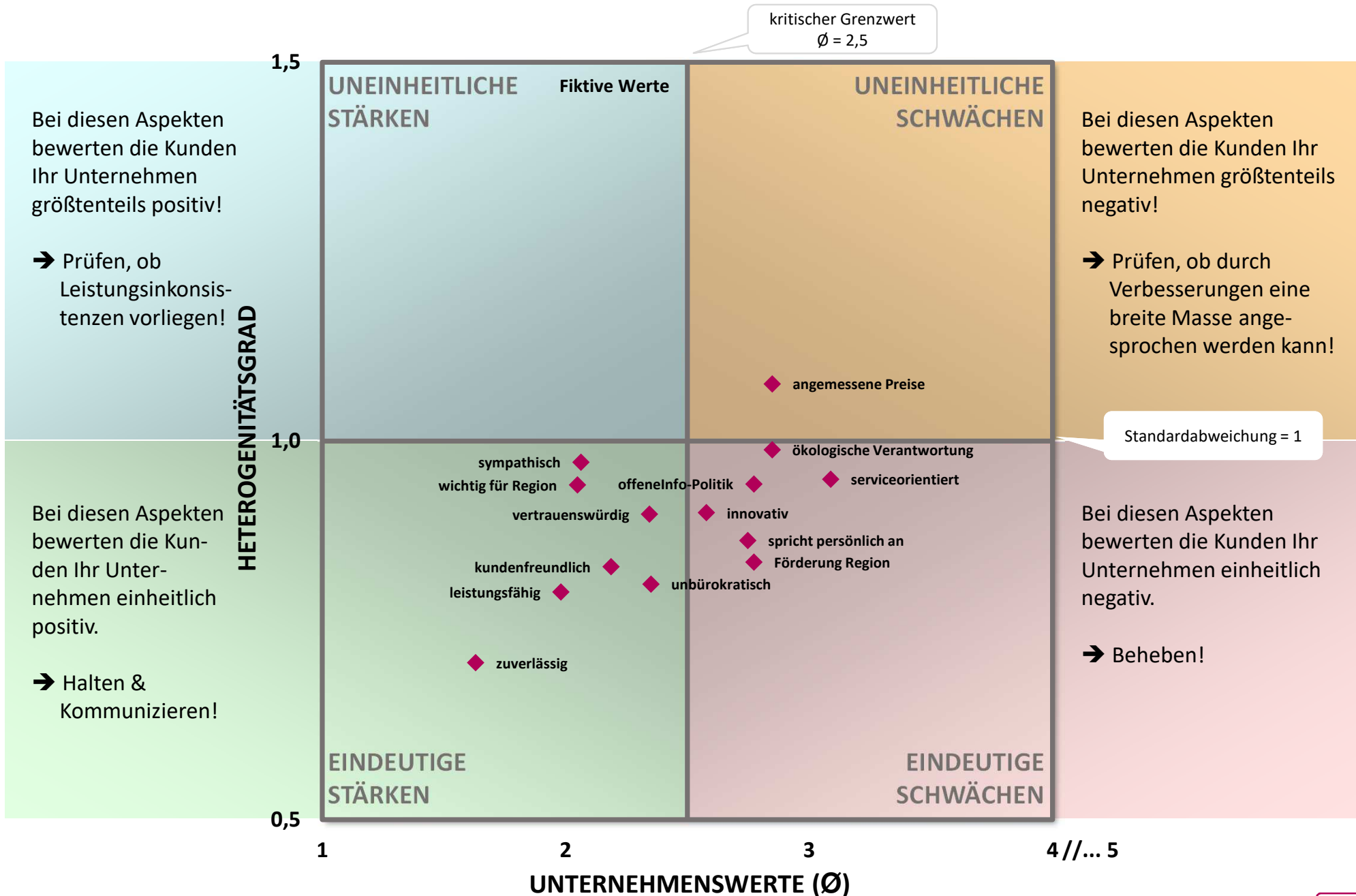
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

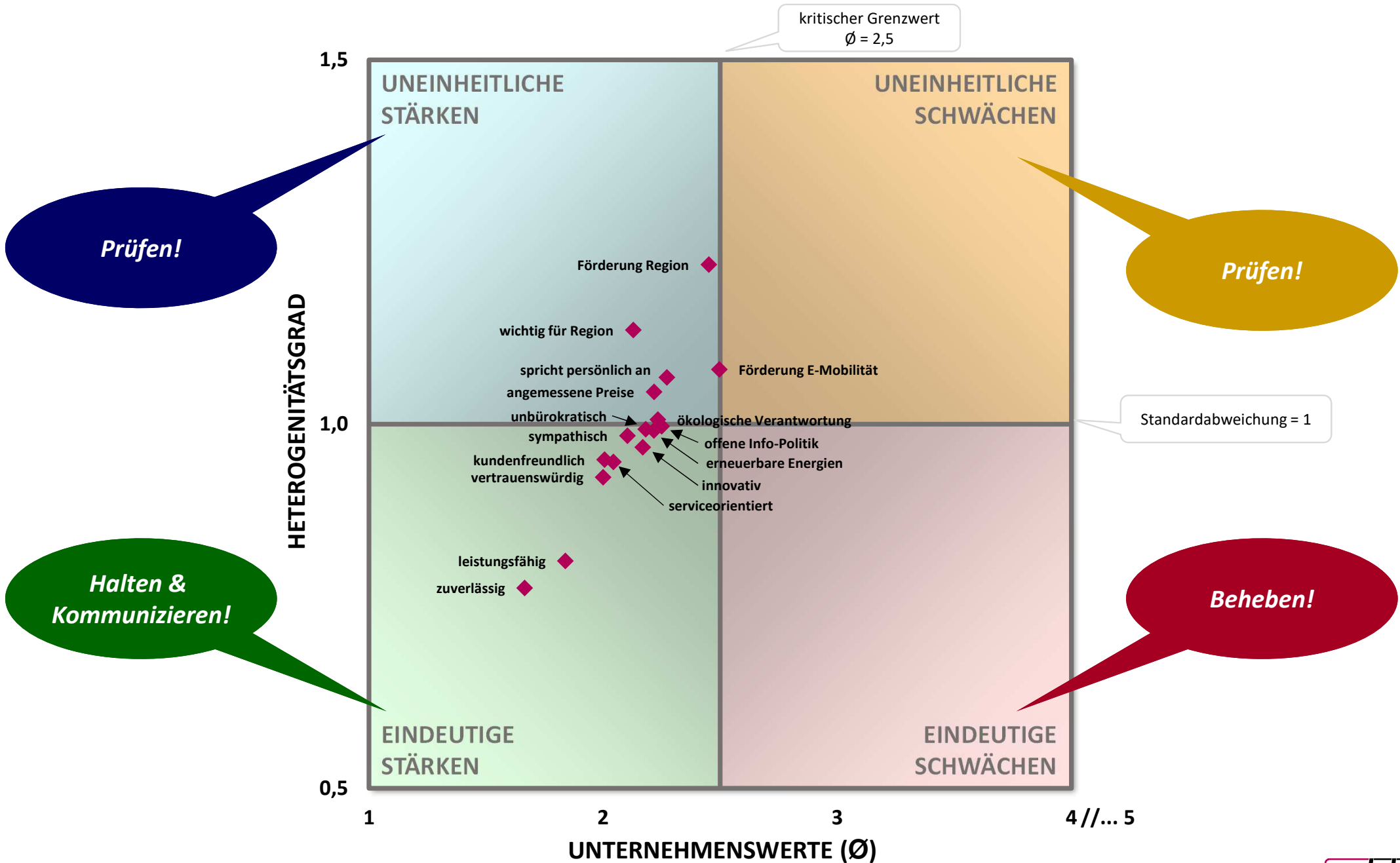
Ergebnisse der Modellanalyse

Anhang – Fragebogen

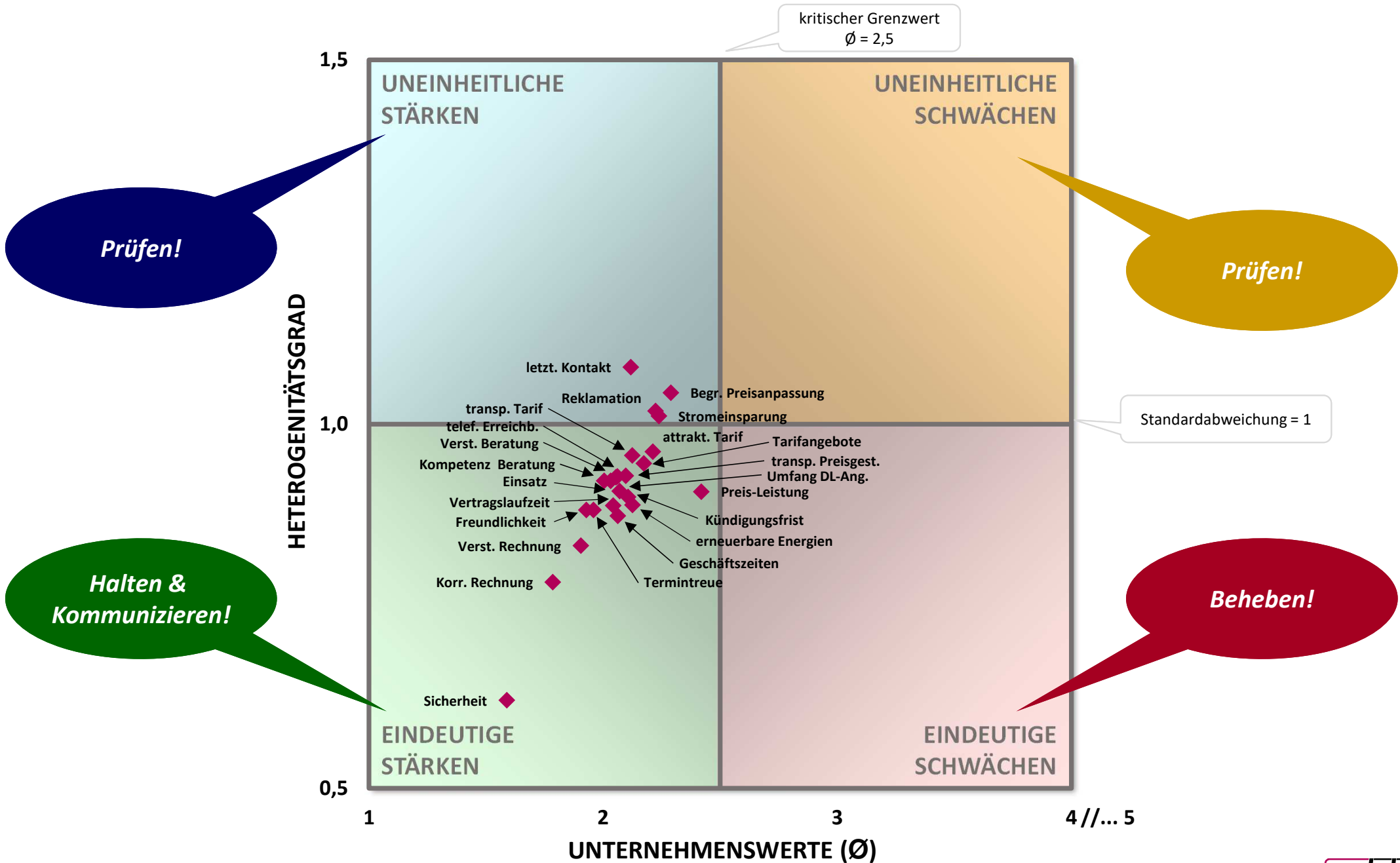
Branchen-Check „Energieversorger“ – Erläuterung



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

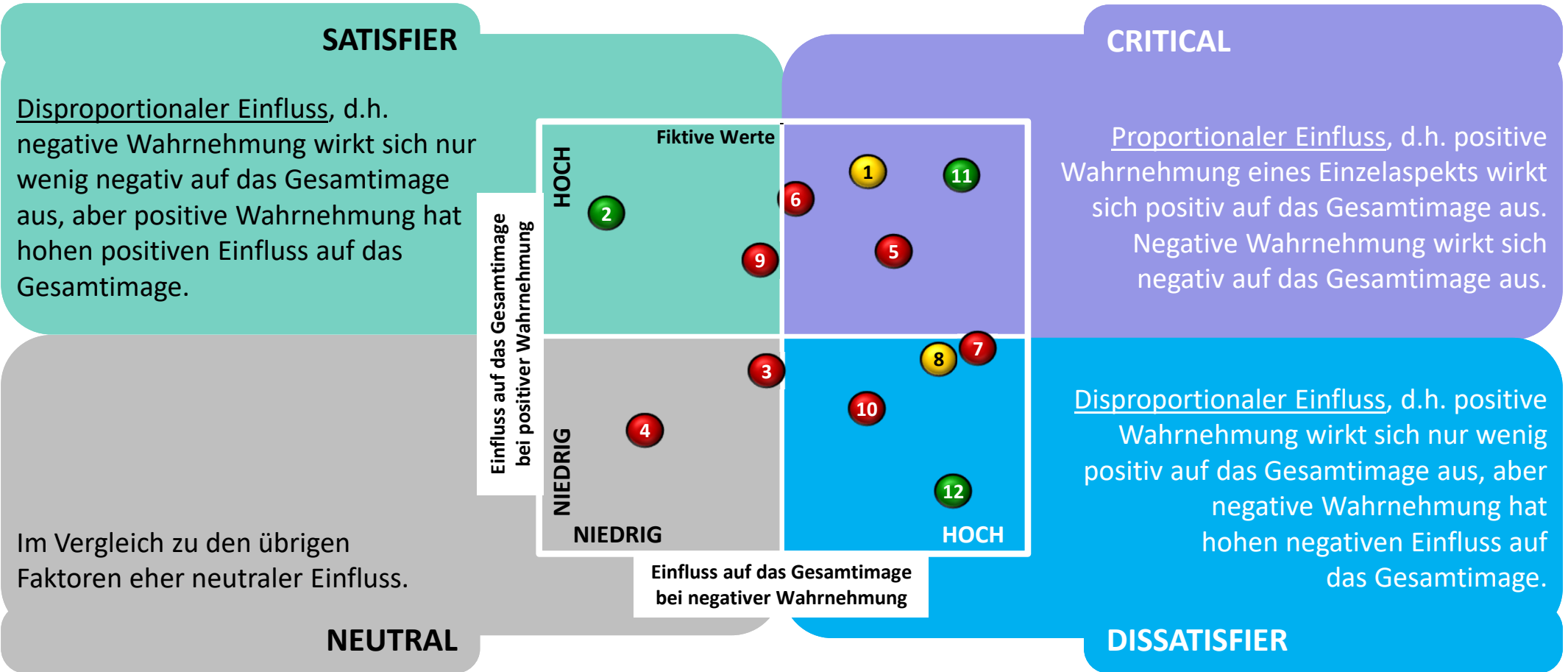
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

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:



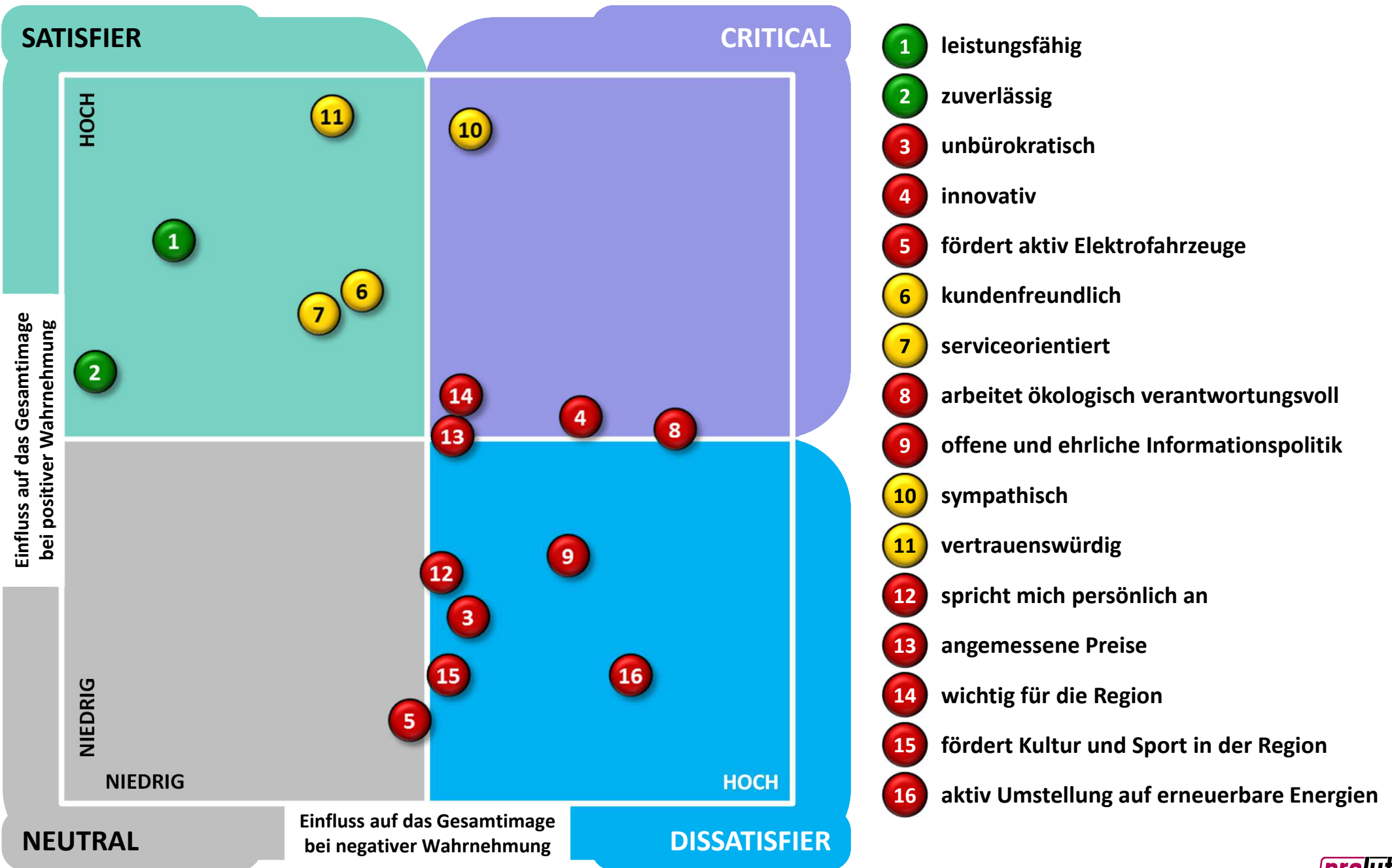
„gut“ Top-2-Notenanteil > 75% und Bottom-2-Notenanteil < 5%

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

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

*Unter Anwendung einer Korrespondenzanalyse





Treiberanalyse – Detailimage in 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. arbeitet ökologisch verantwortungsvoll 
2. innovativ 
3. wichtig für die Region 
4. sympathisch 

2. DISSATISFIER

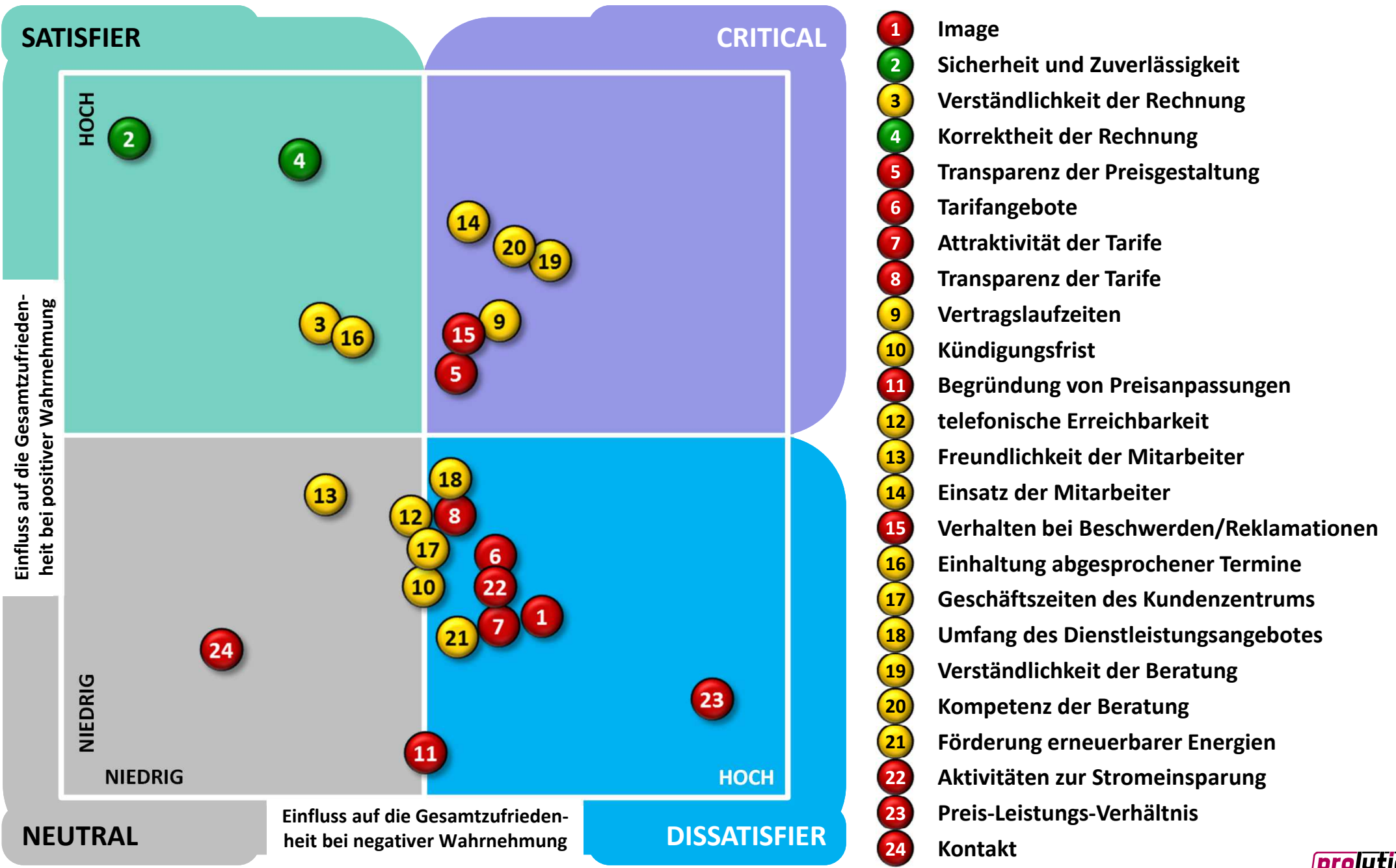
1. aktiv Umstellung auf erneuerbare Energien 
2. fördert Kultur und Sport in der Region 
3. offene und ehrliche Informationspolitik 
4. unbürokratisch 
5. spricht mich persönlich an 
6. angemessene Preise 

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

3. SATISFIER

keine Aspekte

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. Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen | ● ● ● |
| 2. Transparenz der Preisgestaltung | ● ● ● |
| 3. Verständlichkeit der Beratung | ● ● ● |
| 4. Kompetenz der Beratung | ● ● ● |
| 5. Einsatz der Mitarbeiter | ● ● ● |
| 6. Vertragslaufzeiten | ● ● ● |

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

3. SATISFIER

keine Aspekte

2. DISSATISFIER

- | | |
|---|-------|
| 1. Preis-Leistungs-Verhältnis | ● ● ● |
| 2. Begründung von Preisanpassungen | ● ● ● |
| 3. Image | ● ● ● |
| 4. Attraktivität der Tarife | ● ● ● |
| 5. Aktivitäten zur Stromeinsparung | ● ● ● |
| 6. Tarifangebot | ● ● ● |
| 7. Transparenz der Tarife | ● ● ● |
| 8. Förderung erneuerbarer Energien | ● ● ● |
| 9. Kündigungsfrist | ● ● ● |
| 10. Geschäftszeiten des Kundenzentrums | ● ● ● |
| 11. Umfang des Dienstleistungsangebotes | ● ● ● |

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 – Haushalte
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. Die Befragung dauert ca. 25 Minuten. Selbstverständlich werden Ihre Angaben gemäß dem Datenschutz und den Berufsstandesregeln der Marktforscher ausschließlich anonym behandelt, bearbeitet und weitergegeben.

Änderungen/Ergänzungen sind blau markiert

Screener 1 Wenn es um das Thema Energie geht, sind Sie in Ihrem Haushalt dafür allein oder mitverantwortlich?

1 allein verantwortlich/mitverantwortlich..... → Screener 3
 2 weder noch

Bei Antwort 1: Wenn zum Zeitpunkt des Anrufes der Interviewpartner grundsätzlich zur Befragung bereit ist, aber keine Zeit hat → Terminvereinbarung

Screener 2 Könnte ich bitte mit einer hinsichtlich der Energieversorgung verantwortlichen Person in Ihrem Haushalt sprechen?

1 ja
 2 nein

Wenn Zielperson nicht anwesend, Abfrage eines Zeitpunktes der Erreichbarkeit; wenn Zielperson anwesend: Einleitung siehe oben. Wenn zum Zeitpunkt des Anrufes der Interviewpartner grundsätzlich zur Befragung bereit ist, aber keine Zeit hat → Terminvereinbarung

Screener 3 Sind Sie oder Angehörige von Ihnen in der Marktforschungsbranche oder Energiewirtschaft beschäftigt?

1 ja Ende Interview
 2 nein

SWI 1 Würden Sie mir bitte Ihre Postleitzahl nennen?

GW1 Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?

1 Erdgas
 2 Öl
 3 Strom
 4 Sonstiges
 5 Weiß nicht



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Haushalte
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



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 Sie mit Strom?

Energieversorger: _____

SWI 3 Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei ... **[Einblendung SWI 2]**? 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 Haushalt zutrifft?

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen, Mehrfachnennungen möglich

1 ich habe bereits mehrfach meinen Stromversorger gewechselt. → SWI 7
 2 ich habe meine Stromversorger schon einmal gewechselt → SWI 7
 3 ich habe schon intensiv über einen Wechsel nachgedacht und werde in Kürze meinen Stromversorger wechseln → SWI 10
 4 ich habe schon intensiv über einen Wechsel nachgedacht, und mich derzeit dagegen entschieden → SWI 10
 5 ich habe schon mal über einen Wechsel nachgedacht, mir aber noch keine abschließende Meinung gebildet..... → SWI 10
 6 ich habe noch nicht über einen Wechsel nachgedacht → SWI 10



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Haushalte
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER

SWI 7 Hat der (letzte) Wechsel im 3. Quartal 2020, also Juli, August oder September, stattgefunden?

- 1 ja → SWI 8
- 2 nein → SWI 9
- 3 weiß nicht → SWI 9

SWI 8 War der Wechsel des Stromversorgers mit einem Umzug verbunden?

- 1 ja
- 2 nein → SWI 9

SWI 8.1 In welcher Stadt haben Sie vorher gelebt und in welche sind Sie gezogen?

Aktueller Wohnort: _____
Vorheriger Wohnort: _____

SWI 9 (Für Mehrfachwechsler: Denken Sie bitte nun an Ihren letzten Wechsel.) Von welchem Energieversorger haben Sie vorher Ihren Strom bekommen?

Frühere/r Stromversorger: _____

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 Haushalt zutrifft?

INTERVIEWER Antwortvorgaben vorlesen

- 1 ich habe derzeit einen Ökostrom-Tarif
- 2 ich hatte in der Vergangenheit schon einmal einen Ökostrom-Tarif, jetzt aber nicht mehr
- 3 ich habe schon intensiv darüber nachgedacht und werde in Kürze einen Ökostrom-Tarif abschließen
- 4 ich habe schon intensiv darüber nachgedacht und mich derzeit gegen einen Ökostrom-Tarif entschieden
- 5 ich habe schon mal darüber nachgedacht, mir aber noch keine abschließende Meinung gebildet
- 6 ich habe noch nicht darüber nachgedacht

Seite 3 von 17



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Haushalte
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



INFORMATIONSVRHALTEN 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

Seite 4 von 17

Fortsetzung Frage 5:

- 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 Sie? Elektrofahrzeuge ...**

Interviewer: Antworten vorlesen!

- 1 interessieren mich überhaupt nicht
 - 2 interessieren mich, habe mich aber noch nicht näher dazu informiert
 - 3 habe mich informiert, bin aber nicht interessiert
 - 4 interessieren mich und habe mich auch schon dazu informiert
 - 5 interessieren mich und plane ein E-Fahrzeug anzuschaffen
 - 6 nutze ich 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
- () 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?**

- 0 1 ja
- 0 2 nein
- 0 3 weiß nicht

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

- 0 1 ja
- 0 2 nein
- 0 3 weiß nicht

KLIMASCHUTZ

Im Folgenden geht es das Thema Klimaschutz bei Ihrem Stromversorger.

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

- 0 1 der Klimawandel ist hauptsächlich menschengemacht
- 0 2 der Klimawandel ist hauptsächlich ein natürliches Phänomen
- 0 3 der Klimawandel ist gleichermaßen menschlich verursacht und ein natürliches Phänomen
- 0 4 weiß nicht/keine Angabe

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 ...**

- () 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?**

- 0 1 ja, neben anderen Tarifen auch Ökostrom
- 0 2 ja, ausschließlich Ökostrom
- 0 3 nein..... → 0
- 0 4 weiß nicht..... → 0

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

- 0 1 besser
- 0 2 genauso gut
- 0 3 schlechter
- 0 4 weiß nicht..... → 0

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 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 20.1 oder Frage 20.2
- 2 ja, mit Beschwerde → Frage 20.1 oder Frage 20.2
- 3 ja anderer Kontaktgrund → Frage 20.1 oder Frage 20.2
- 4 nein, noch nie → Frage 21

bei Mehrfachnennung → Frage 20.1, sonst Frage 20.2

Frage 20.1 Handelte es sich bei Ihrem letzten Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?

- 1 Beschwerde
- 2 Anfrage
- 3 anderer Kontaktgrund

Frage 20.2 (Bei Mehrfachnennung Frage 20: 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?

Interviewer: Antworten vorlesen!

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

Frage 20.3 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 20.4 **NUR BEI ERDGASBEZUG UND WENN IDENTISCH MIT STROMVERSORGER:** Ging es bei Ihrem letzten Kontakt um ihre Strom- oder Erdgasversorgung?

- 1 Stromversorgung
- 2 Erdgasversorgung

Frage 20.5 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 HH-Geräteberatung
- 3 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung
- 4 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien
- 5 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen
- 6 Beantragung einer Förderung
- 7 neuen Vertrag/Tarif abschließen
- 8 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung
- 9 Fragen zur Rechnung
- 10 Fragen zu Tarifen
- 11 Rechnungsreklamation
- 12 Reklamation einer speziellen Leistung
- 13 Störung allgemein
- 14 Strom-/Gaszählerangelegenheiten
- 15 Reparatur/Installation
- 16 Abschlagsänderung
- 17 Zählerstandmeldung/Mitteilung
- 18 Produktinformation
- 19 Allgemeine Unternehmensinformation
- 20 Beschwerde über den Service von ...
- 21 Preisbeschwerde
- 22 sonstiges, und zwar

23 weiß nicht mehr

Frage 20.6 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!

() BewertungBewertung 0, 1, 2 → Frage 21| Bewertung 3,4,5 → Frage 20.7

Frage 20.7 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 unverständliche Beratung
- 4 Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
- 5 mangelnde Kulanz
- 6 Ansprechpartner nicht zuständig/Ansprechpartner nicht erreichbar
- 7 schlechte Qualität der ausgehändigten Informationsmaterialien
- 8 schriftliche Informationsmaterialien konnten nicht ausgehändigt werden
- 9 es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
- 10 lange Wartezeiten im Kundencenter oder der Hotline
- 11 sonstiges, und zwar _____

KUNDENZUFRIEDENHEIT

Frage 21 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
- der Transparenz der Preisgestaltung (Zusammensetzung der Preise)

Tarife

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

Vertragsmodalitäten

- der Vertragslaufzeit bei Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]
- der Kündigungsfrist Ihres Vertrages

Preisanpassungsschreiben

- der Nachvollziehbarkeit der Begründung in Preisanpassungsschreiben

Kundenbetreuung

- der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger [Einblendung SWI 2]

- der Freundlichkeit der Mitarbeiter
- dem Einsatz/dem Engagement der Mitarbeiter
- dem Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen
- mit der Einhaltung abgesprochener Termine
- den Geschäfts-/Öffnungszeiten des Kundenzentrums/der Beratungseinrichtung

Dienstleistungen

- dem Umfang des Beratungs-/Dienstleistungsangebotes
- der Verständlichkeit der Beratung
- der Kompetenz der Beratung

Ökologie

- den Aktivitäten Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2] bei der Förderung erneuerbarer Energien (Sonne, Wind, Wasser)
- den Aktivitäten Ihres Energieversorgers [Einblendung SWI 2], zur Energieeinsparung bei den Kunden beizutragen

NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM

Frage 22 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 23 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



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Haushalte
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



WETTBEWERB IN DER STROMWIRTSCHAFT

Frage 24 Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Stromversorger [Einblendung SWI 2] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Stromversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Stromversorger [Einblendung SWI 2] bleiben? Würden Sie ...?

Interviewer: Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen! Bei „0“ → Frage 25

- 1 absolut sicher bleiben → Frage 24.1
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben..... → Frage 24.1
- 3 wahrscheinlich bleiben..... → Frage 24.1
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben → Frage 24.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben → Frage 24.2

Frage 24.1 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 Anbieters
- 10 bietet Ökostrom/engagiert sich im Umweltschutz
- 11 sonstige Gründe, und zwar _____

→ Frage 25

Frage 24.2 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 möchte Öko-Strom
- 5 Beitrag zum Klimaschutz
- 6 Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers
- 7 sonstige Gründe, und zwar _____



Fragebogen BDEW-Kundenfokus – Haushalte
Jahrgang 2020/2021 – Bundesstudie



Frage 25 Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten 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 26 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 genauso gut
- 4 etwas schlechter
- 5 viel schlechter

ZUFRIEDENHEITSURTEILE ERDGAS

Abschließend geht es noch einmal um das Thema Erdgas. (NUR BEI ERDGASBEZUG!)

Frage 27 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 28 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 29 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 30 Wenn Sie sich jetzt Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Erdgasversorger [Einblendung SWI 2/SWI 3] bleiben? Würden Sie ...?

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

- 1 absolut sicher bleiben → Frage 30.1
- 2 sehr wahrscheinlich bleiben → Frage 30.1
- 3 wahrscheinlich bleiben → Frage 30.1
- 4 eher unwahrscheinlich bleiben → Frage 30.2
- 5 unwahrscheinlich bleiben → Frage 30.2

Frage 30.1 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 Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
- 6 regionaler Anbieter/vor Ort
- 7 Sicherheit der Gasversorgung
- 8 Wechsel ist zu aufwendig/lohnt nicht
- 9 guter Service des bisherigen Anbieter
- 10 sonstige Gründe, und zwar _____

→ Frage 31

Frage 30.2 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 sonstige Gründe, und zwar _____

Frage 31 Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt 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 32 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 genauso gut
- 4 etwas schlechter
- 5 viel schlechter

SOZIODEMOGRAPHIE

Abschließend bitte ich Sie noch um einige Angaben zu Ihrem Haushalt, die wir zu rein statistischen Zwecken benötigen.

Frage 33 Wohnen Sie derzeit zur Miete oder in Eigentum?

- 1 Miete
- 2 Eigentum

Frage 34 Wohnen Sie in einer Wohnung oder in einem Einfamilienhaus?

- 1 Wohnung
- 2 Einfamilienhaus

Frage 35 Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?

- 1 1 Person
- 2 2 Personen
- 3 3 Personen
- 4 4 Personen
- 5 5 und mehr Personen

Frage 36 Welche Schule haben Sie zuletzt besucht, bzw. welchen Bildungsabschluss haben Sie?

- 1 von der Schule abgegangen ohne Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)
- 2 Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)
- 3 Realschulabschluss (Mittlere Reife)
- 4 Abschluss der Polytechnischen Oberschule 10. Klasse (vor 1965: 8. Klasse)
- 5 Fachhochschulreife, Abschluss einer Fachoberschule
- 6 allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife/Abitur (Gymnasium bzw. erweiterte Oberschule (EOS), auch EOS mit Lehre)
- 7 abgeschlossenes Studium (Universität, Akademie, Fachhochschule, Technikum)

Frage 37 Darf ich fragen, wie alt Sie sind?

() Jahre

Frage 38 Wie hoch ist etwa das monatliche Nettoeinkommen des gesamten Haushalts?

- 1 unter 1.500 Euro
- 2 1.500 bis unter 3.000 Euro
- 3 3.000 Euro und mehr

Frage 39 Geschlecht der Befragungsperson

- 1 weiblich
- 2 männlich