

BDEW Kundenfokus 2022/2023

Repräsentativbefragung bei Privathaushalten im Kundengebiet der Energieversorger



Ergebnisse im Überblick.....	3
Energieversorger in der Öffentlichkeit	12
E-Mobilität	21
Klimaschutz	25
Image und Kundenzufriedenheit	29
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft	50
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft	63
Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU	73

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).

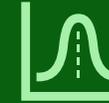
Fragebogen



20 Min.

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

Stichprobe



n = 1.200

Die Bruttostichprobe umfasst Interviews. Die Stichprobenziehung erfolgte nach Gabler-Häder.

Zeitraum



Okt. 2022

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

Demografie

in der Stichprobe



Ø 50 Jahre



52% weiblich



2,0 Personen im Haushalt



51% Eigentümer:innen



48% Gasheizer:innen

Die Struktur der Stichprobe entspricht der Verteilung im Bundesgebiet.



Image

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



Zufriedenheit

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



Kundenbindung

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



Wahrnehmung

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



E-Mobilität

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



Klimaschutz

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

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

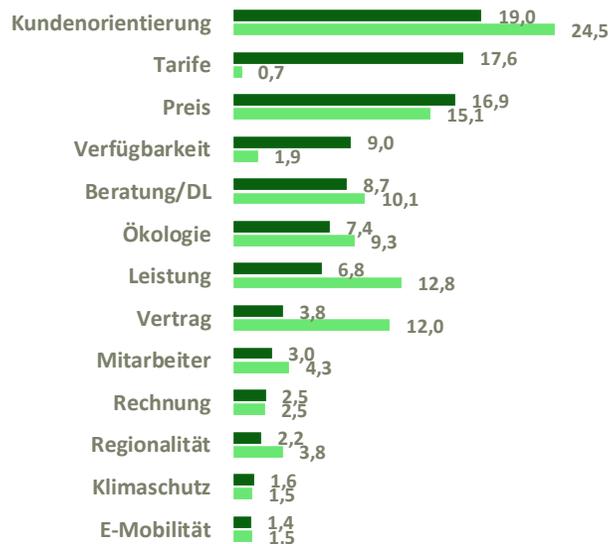
Wirkung der gegenwärtigen Marktsituation auf die Bewertung der EVU

Grundsätzlich stellt sich die Frage, inwieweit gesellschaftliche Entwicklungen wie der Ukraine-Krieg, Energieverknappung, Inflation, etc., die die derzeitige Lebenssituation der privaten Haushalte in Deutschland massiv verändert haben, Einfluss auf die Beurteilung der EVU seitens der Privathaushalte haben. Dabei sind zwei Fragen von ausschlaggebender Bedeutung:

Gibt es Veränderungen bei Einflussfaktoren, die die Kundenloyalität erklären?

JA

Wirkung von Einflussfaktoren („Relevanz“) auf die Kundenloyalität (Angaben in %)



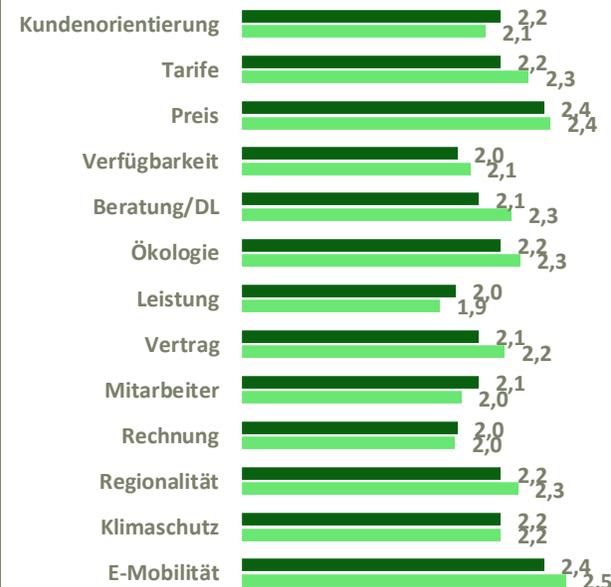
Es hat eine deutliche Verschiebung bei den Faktoren, die Kundenloyalität ausmachen, seit 2021 gegeben. Waren 2021 insbesondere die Kundenorientierung aber auch der Preis die Faktoren mit der höchsten Relevanz für die Kundenloyalität, so ist Ende 2022 der Parameter Tarife unter Abschwächung der Kundenorientierung, hinzugekommen. Auch die Verfügbarkeit des EVU hat deutlich an Relevanz gewonnen. Die gesamtgesellschaftliche Entwicklung hat dafür gesorgt, dass das Tarifangebot hinsichtlich Attraktivität, Transparenz/Einfachheit und Anzahl verschiedener Tarife für die Haushalte gleichermaßen wichtig geworden ist. Auch die Verfügbarkeit des EVU, also die Erreichbarkeit Vor-Ort, hat eine höhere Relevanz bei den Kunden erlangt. Diese Entwicklung kann u.a. auf die Insolvenzen von Discountern in den letzten beiden Jahren zurückgeführt werden.

Ergebnis einer PLS-Analyse
Detaillierte Ergebnisse können dem gesonderten Berichtsband entnommen

Ist die Zufriedenheit mit dem EVU bei den Kunden gesunken?

NEIN

Berechnete Faktorenzufriedenheit („Erfüllungsgrad“)



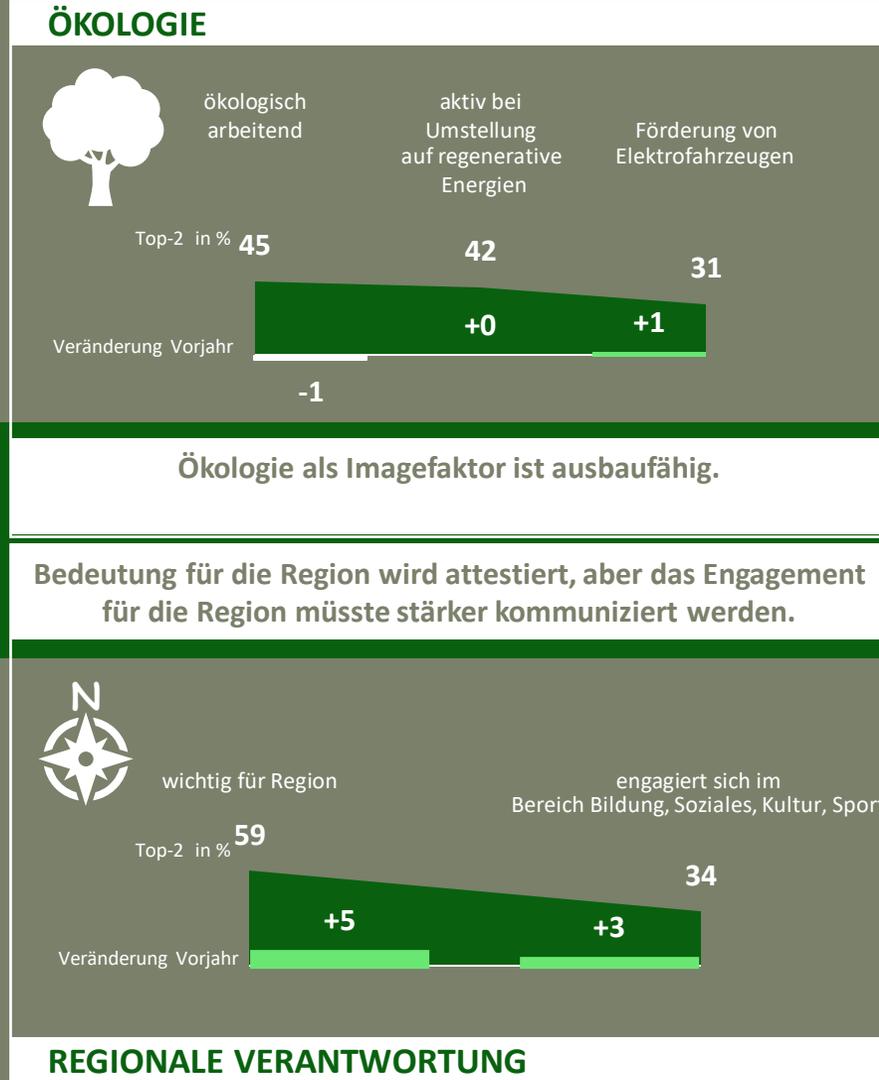
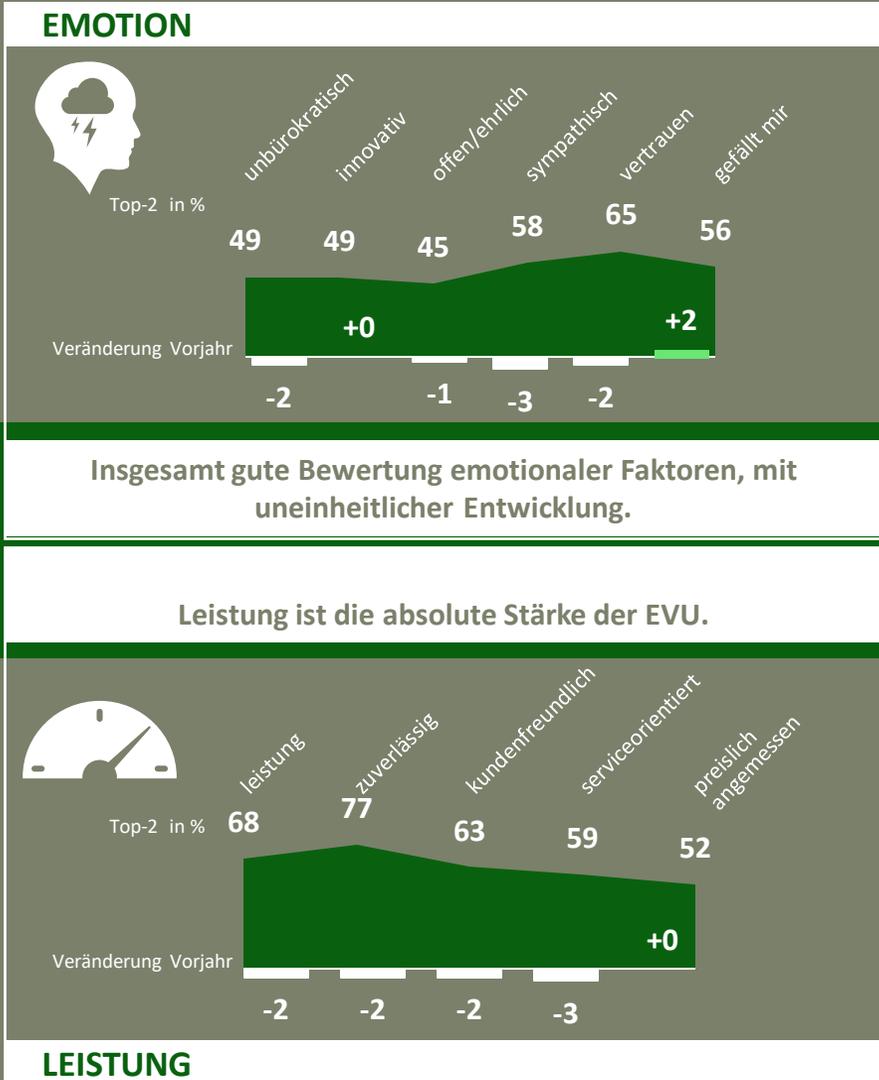
Die Zufriedenheit der Kunden ist 2022 auf ähnlich hohem Niveau wie noch 2021. Daraus lässt sich schließen, dass die gestiegenen Belastungen der Haushalte durch die Preissteigerungen für Energie im Moment noch nicht den EVU zu Lasten gelegt wird, sondern der Politik im Allgemeinen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Jahresabrechnungen für Strom/Gas zum Zeitpunkt der Erhebung im Oktober 2022 den Haushalten noch nicht vorlagen, sowie Preisanpassungen noch nicht flächendeckend angekündigt waren. Demgegenüber kann auch die Wirkung der Einführung einer Preisbremse für Strom und Erdgas noch nicht bewertet werden.

Aggregierte Mittelwerte einer Skala von 1 für „Aussage trifft voll und ganz zu (positiv)“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu (negativ)“

Grundsätzlich haben zusätzliche Faktoren zur Beurteilung der Kundenbindung an Stellenwert gewonnen. Die gesellschaftlichen Veränderungen und damit auch verbundene finanzielle Belastungen, haben sich (noch) nicht auf die Zufriedenheit mit dem EVU ausgewirkt. Der BDEW wird die Bundesstudie im Frühjahr 2023 kurzfristig wiederholen, um die Wirkung von Marktveränderungen auf die Kundenbindung abzubilden.

Image der EVU

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

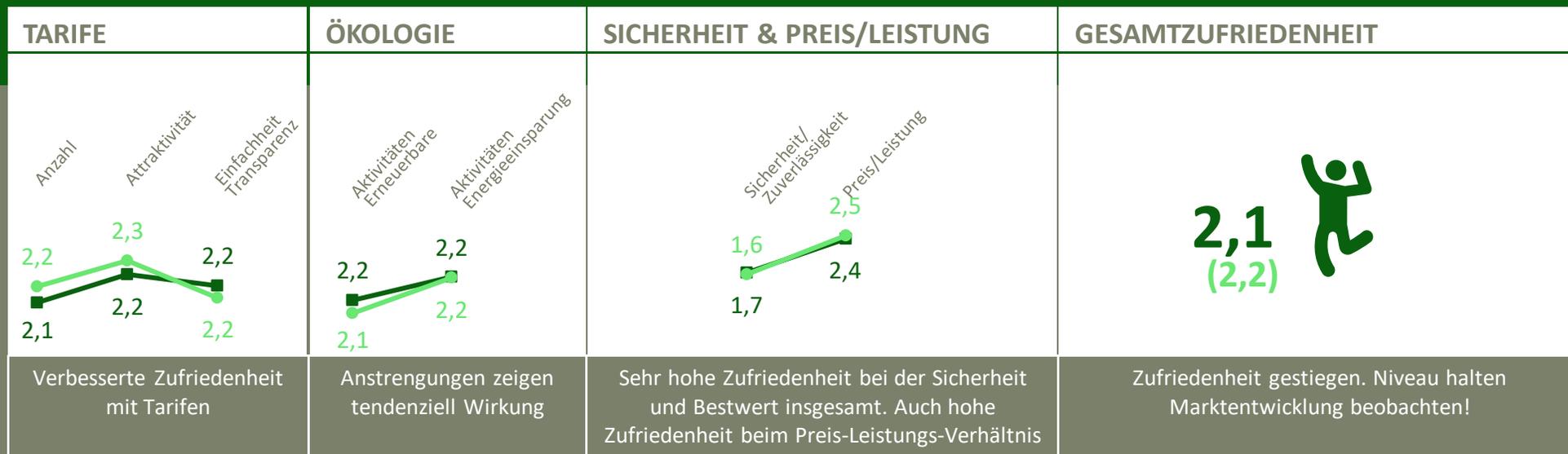
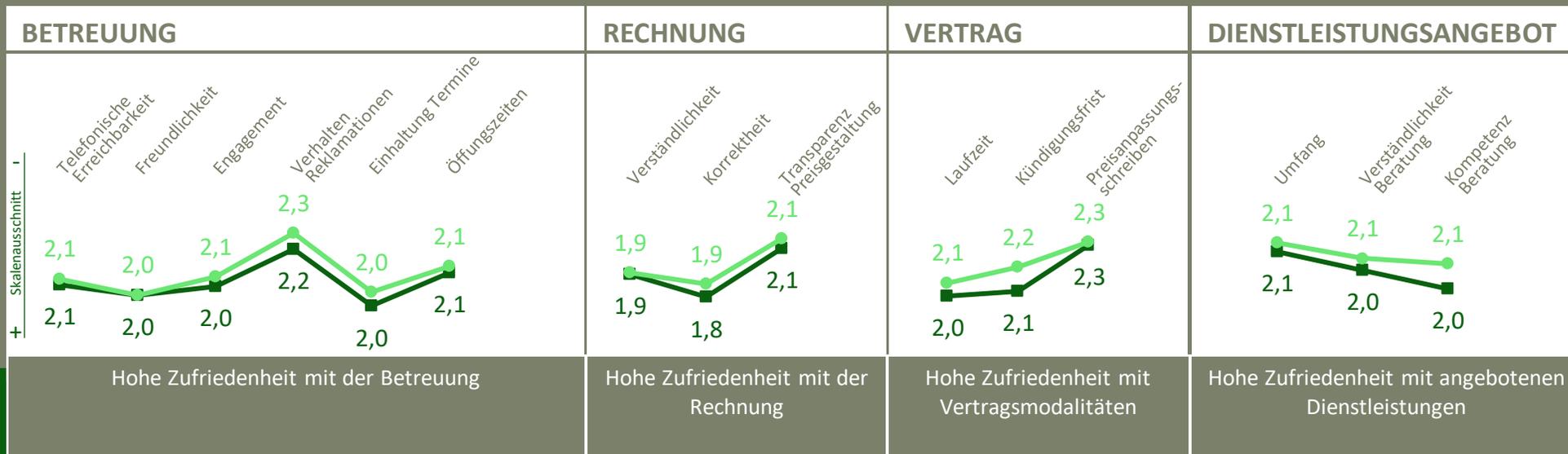


FAZIT

Das Image der deutschen EVU ist insgesamt positiv. Regionales Engagement und ökologische Aspekte werden auch 2022 von den Kunden häufig nicht wahrgenommen und können als Treiber für ein positives Image ausgebaut werden.

Kundenzufriedenheit

Dieses Thema beleuchtet alle relevanten Bereiche der Kundenbeziehung, von der Rechnung, Tarifangeboten über Dienstleistungen bis hin zum direkten Kontakt. Hierfür wurden wiederum einzelne Aussagen einer Skalenbewertung von 1 für „Aussage trifft voll und ganz zu (positiv)“ bis 5 = „Aussage trifft überhaupt nicht zu (negativ)“ unterzogen.



FAZIT

Die Kundenzufriedenheit ist insgesamt auf einem hohen Niveau bei leicht positiver Tendenz. Auch bei vielen Teilaspekten zeigen sich Verbesserungen gegenüber 2021.

2022 2021

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

ZUFRIEDENHEIT

2,1* 

66% sind mit Ihrem Stromversorger zufrieden. Der Anteil Zufriedener ist im Vergleich zum Vorjahr um 2%-Punkte gestiegen.

VERBLEIB

2,1* 

64% geben an, sicher bis sehr wahrscheinlich bei Ihrem Stromversorger zu bleiben. Dies stellt eine deutliche Zunahme um 12%-Punkte gegenüber 2021 dar.

EMPFEHLUNG

2,2* 

56% würden Ihren Stromversorger weiterempfehlen. Gegenüber der Vormessung ist der Anteil um 4%-Punkte gestiegen.

VERGLEICH

2,3* 

50% halten Ihren Stromversorger für besser als andere ihnen bekannte Stromversorger. Dies entspricht einer Zunahme von 8%-Punkten gegenüber 2021.

76%

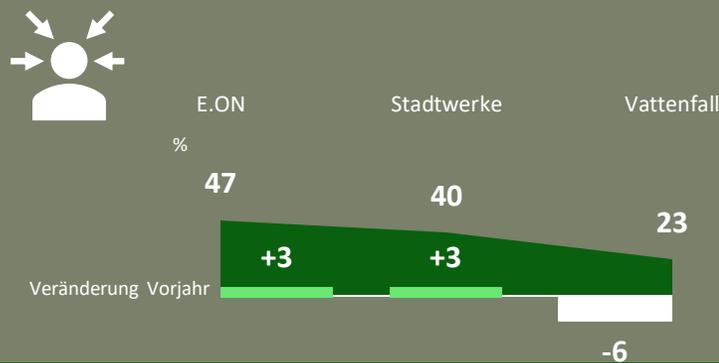


Verbesserte Kundenbindung weiterhin auf hohem Niveau

Zentrale Aspekte mit Einfluss auf die Kundenbindung weisen zur Vormessung positive Veränderungen auf. Der Kundenbindungsindex ist um 4%-Punkte gestiegen und liegt bei 76% (auf einer Skala von 0 bis 100%).

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

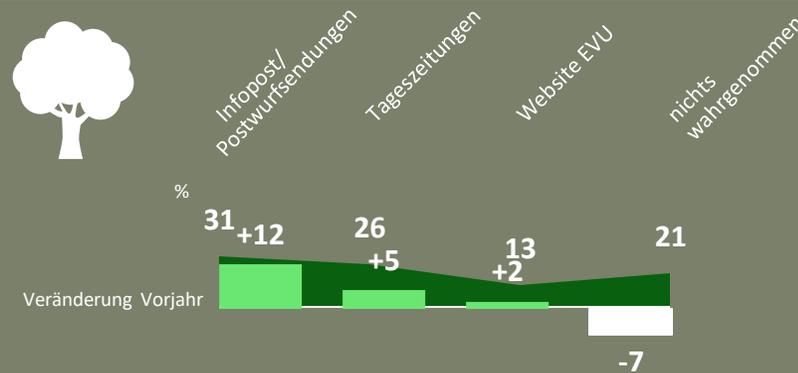
BEKANNTHEIT



Keine Veränderungen in der Rangfolge

Gleichbleibende Quote bei der Werbeerinnerung

WAHRNEHMUNGSQUELLEN



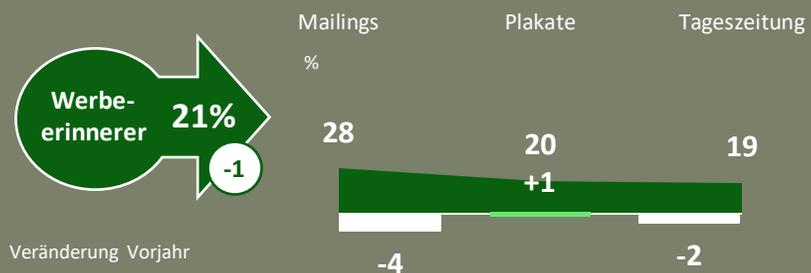
Die Wahrnehmung über Infopost/Postwurfsendungen ist stark gestiegen. Deutlich mehr Haushalte haben ihr EVU wahrgenommen.

Aufgrund der Marktsituation stark ansteigender Anteil bei Preisvergleichen. Internet als Info-Quelle nimmt weiter zu.

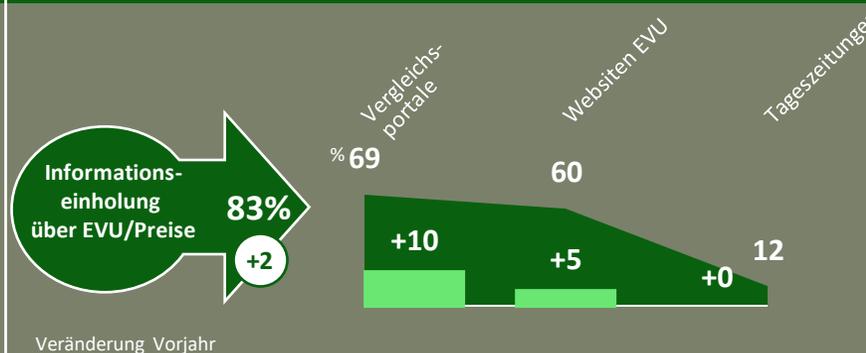
FAZIT

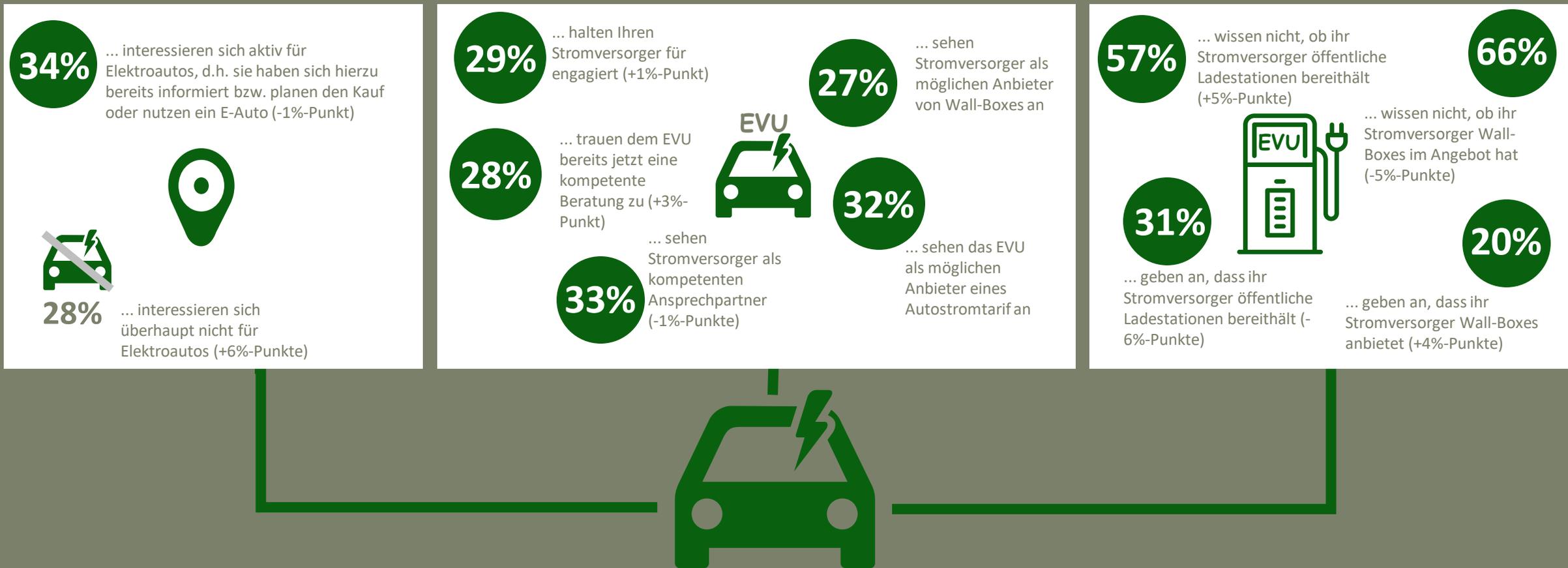
Insgesamt zeigt sich eine erhöhte Wahrnehmung von EVU in der Öffentlichkeit. Auch die gestiegene aktive Informationseinholung, insbesondere über das Internet, ist das Resultat der gegenwärtigen Marktentwicklung.

WERBEERINNERUNG



INFORMATIONSVRHALTEN





Das Thema stagniert vor dem Hintergrund anderer Problemfelder. Stromversorger sind weiterhin (noch) nicht im Relevant Set des Markts „E-Mobilität“ verankert.

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

53%



42%

Mehr als die Hälfte der Haushalte wünscht sich einen Verzicht von Kohlestrom schon vor 2038.
(-7%-Punkte)

Engagement der EVU

... geben an, dass der Stromversorger in Klimaschutz-Projekte investiert.
(+1%-Punkt)

38%



42%

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

40%

... sehen das Verhalten des Stromversorgers beim Umweltschutz für vorbildlich an.
(-0%-Punkte)

Vor dem Hintergrund der Energieknappheit bröckelt der Anteil der Befürworter eines Verzehrs von Kohlestrom schon vor 2038. Das Engagement von EVU im Bereich Klimaschutz wird unverändert auf steigerungsfähigem Niveau wahrgenommen.

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

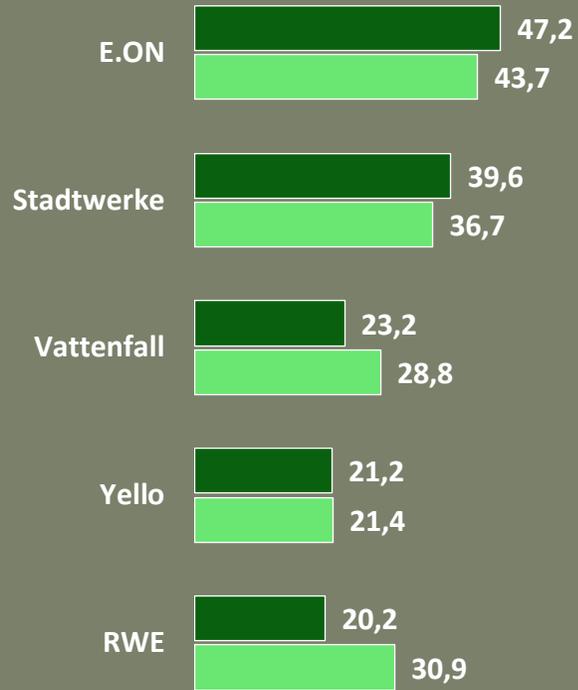
Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

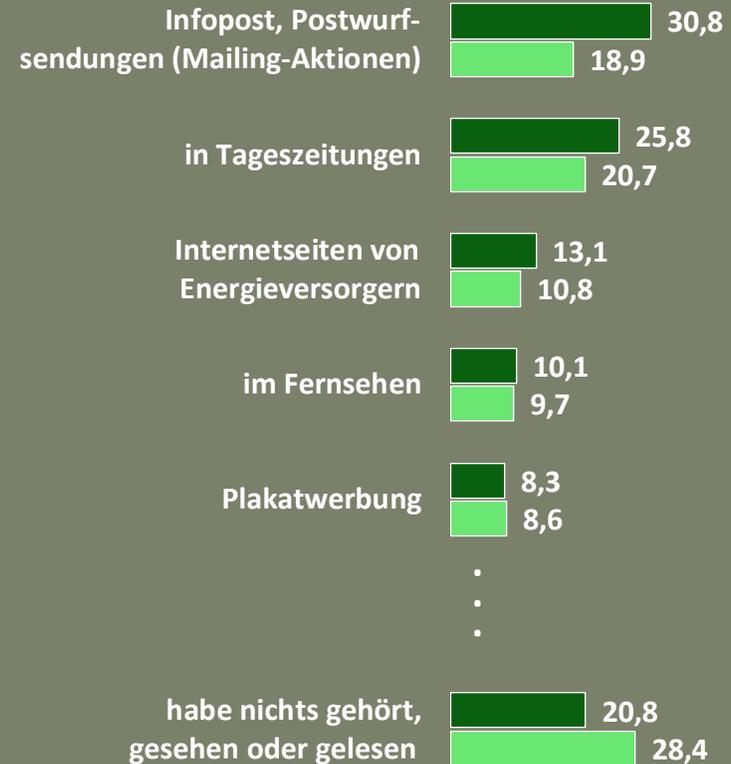
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

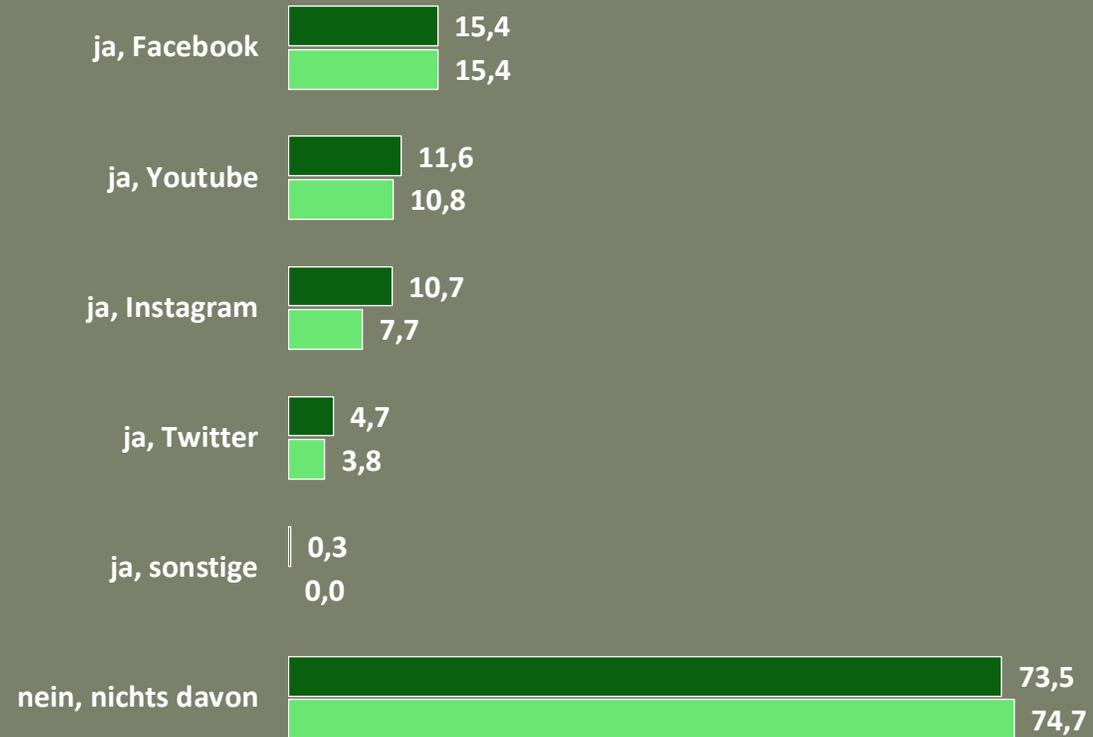


Frage 1: Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)



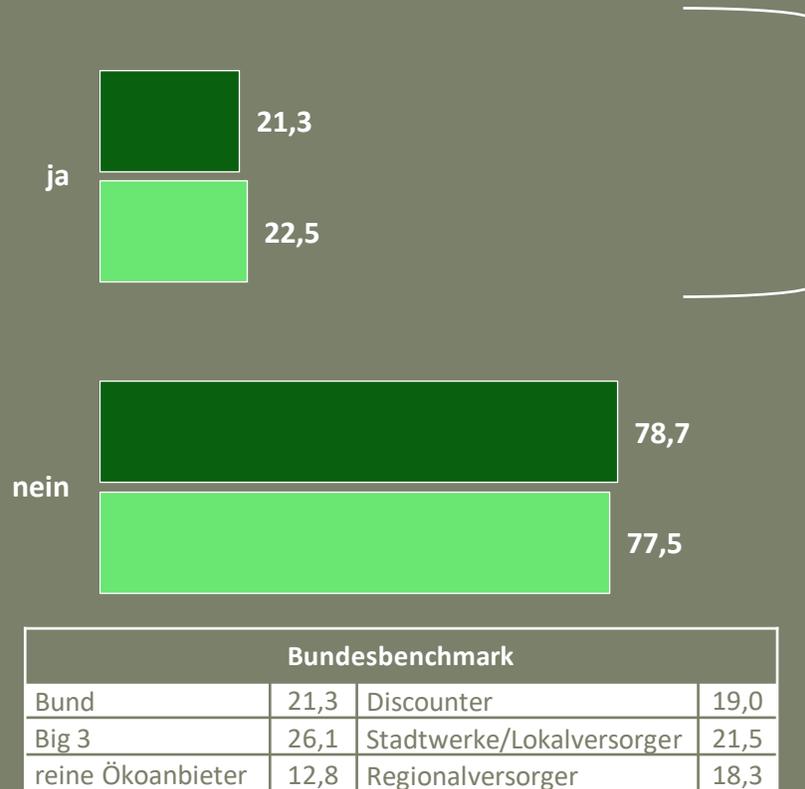
Frage 5: Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Der Bekanntheitsgrad von E.ON und Stadtwerken hat sich erhöht! Bei den Wahrnehmungsquellen steigen Infopost und die Tageszeitung deutlich.

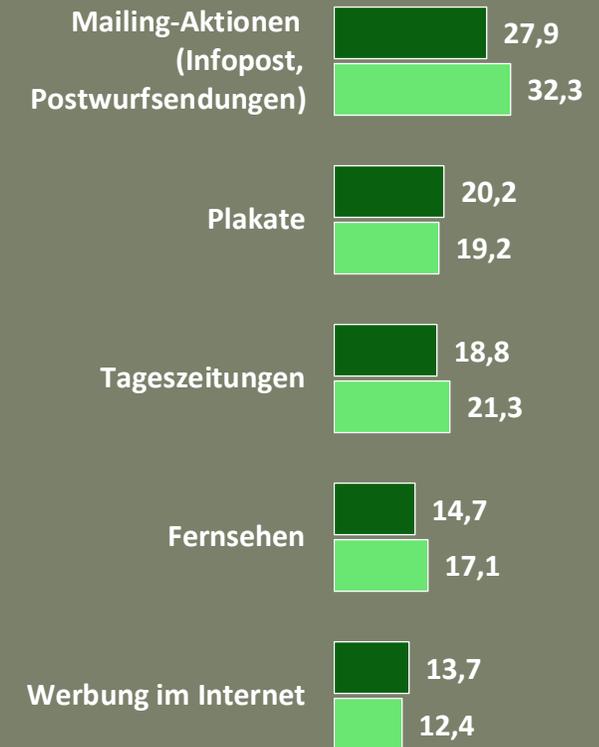


Frage 6: Haben Sie sich schon einmal die Social-Media-Präsenzen Ihres Stromversorgers angesehen? Gemeint sind Facebook, Twitter, Instagram, Youtube usw.. (Mehrfachantwort)

Unverändert drei Viertel der Befragten nutzen die Social Media Präsenz der EVU nicht.



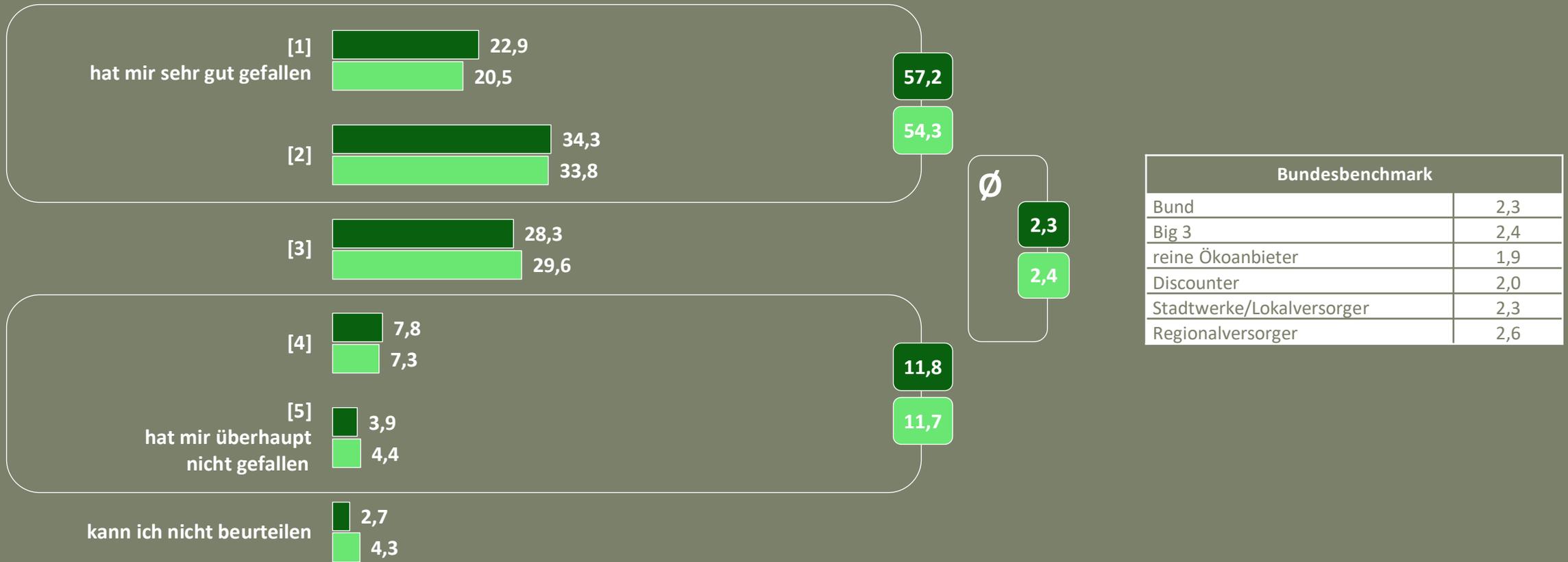
Frage 7: Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers in letzter Zeit erinnern?



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

Die Werbung der EVU wird auf Vorjahresniveau wahrgenommen.

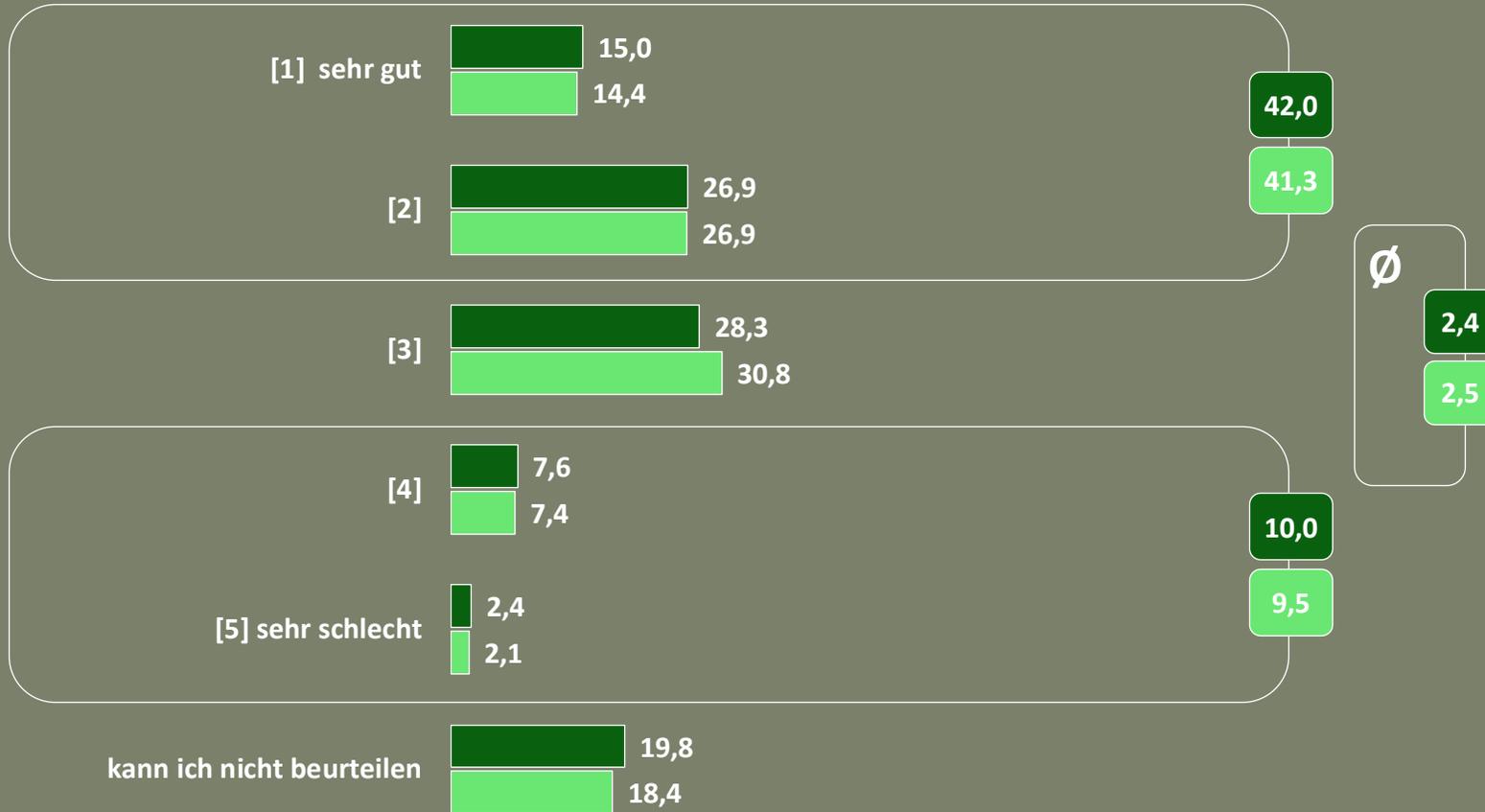
Bewertung der wahrgenommenen Werbung



Frage 7.2: Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?

Die Bewertung der wahrgenommenen Werbung liegt leicht über dem Niveau des Vorjahres!

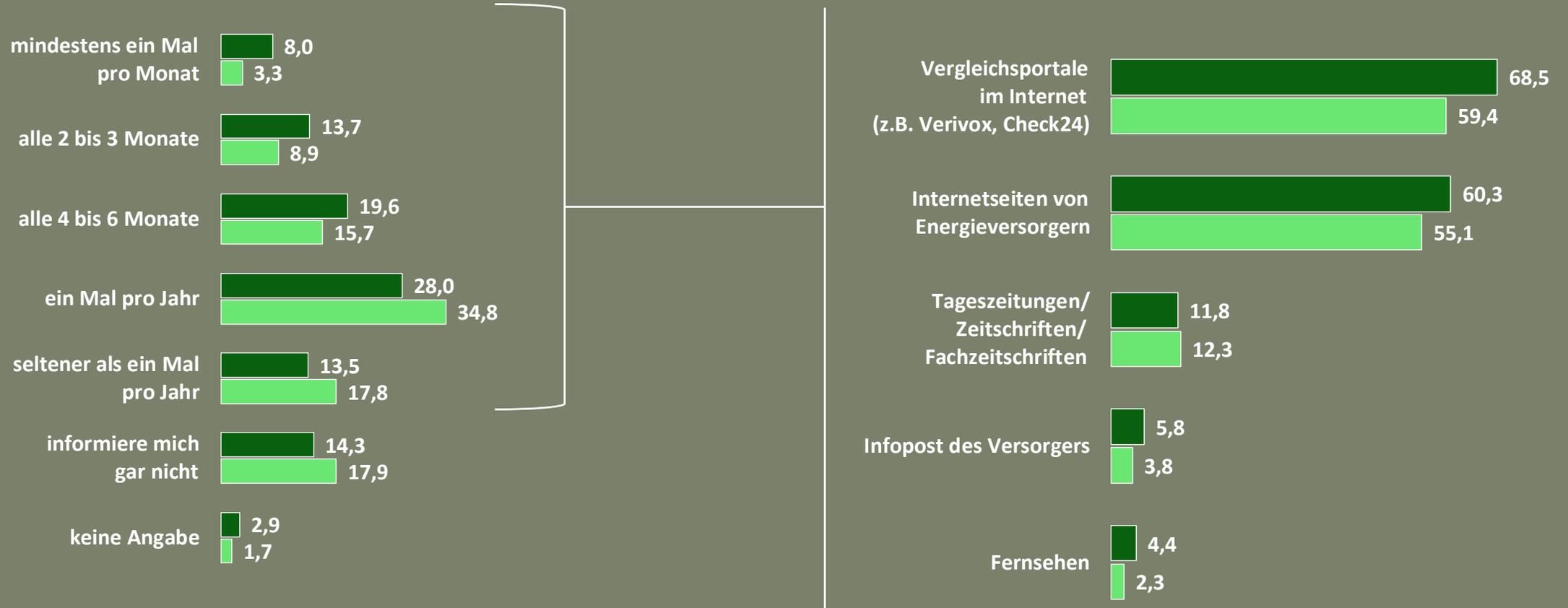
Bewertung des öffentlichen Auftritts



Bundesbenchmark	
Bund	2,4
Big 3	2,4
reine Ökoanbieter	1,9
Discounter	2,4
Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
Regionalversorger	2,5

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

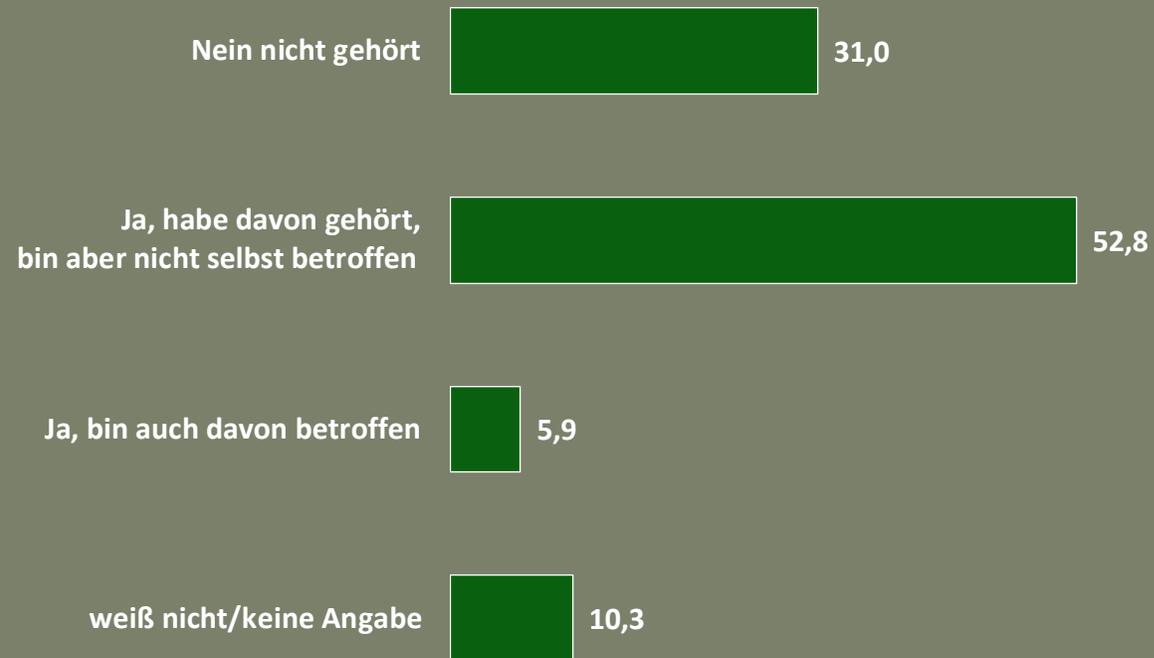
Der öffentliche Auftritt wird etwas positiver bewertet!



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

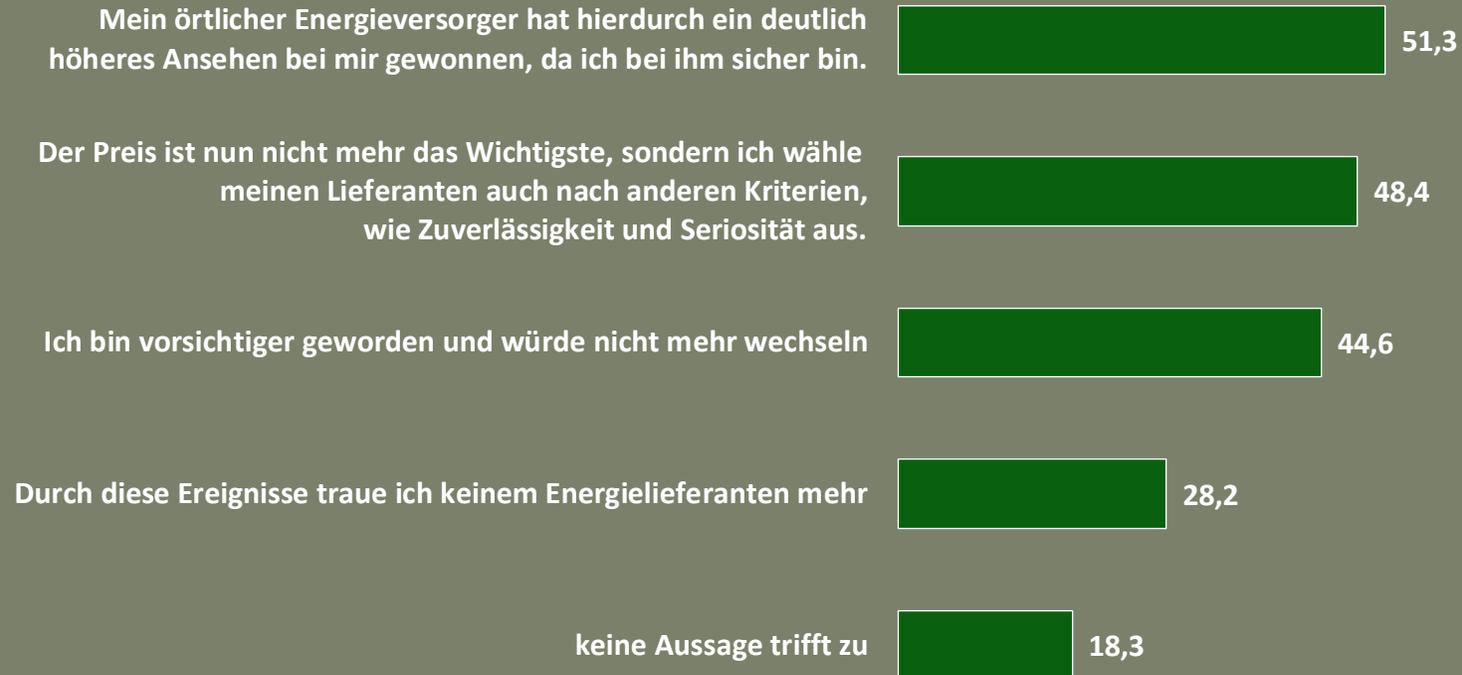
Frage 3: Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich über Energieversorger und deren Preise zu informieren? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Der Informationsbedarf aber auch die Häufigkeit steigen; die Bedeutung von Vergleichsportalen und Internetseiten erhöht sich signifikant.



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

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



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

Lokale Energieversorger sind die „Gewinner“ dieser Situation!

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

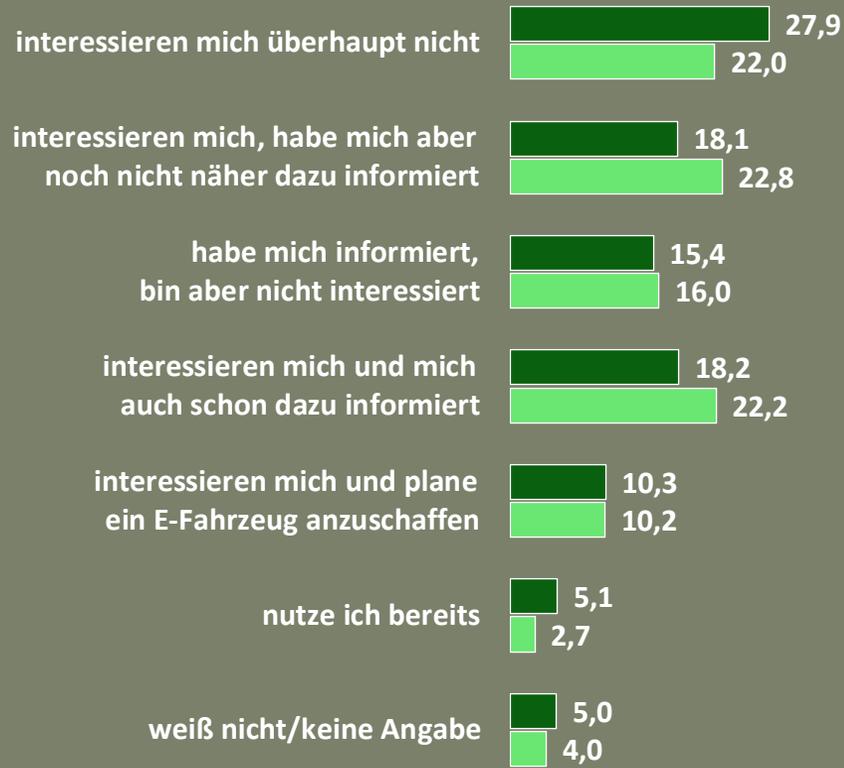
Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU



Interessierte und Informierte:
n = 403 (33,6%; 2021: 35,1%)

Desinteressiert oder nicht Informierte:
n = 797 (66,4%; 2021: 64,9%)

	Art des Elektrofahrzeugs	
	Anschaffung geplant (n = 123)	Anschaffung bereits erfolgt (n = 32)
vollelektrisches Fahrzeug	62,0	76,6
PlugIn-Hybrid	27,6	14,2
weiß nicht/keine Angabe	10,3	9,2

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

Das Interesse an Elektromobilität ist nahezu unverändert.

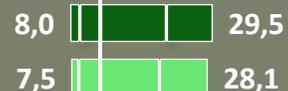
Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Elektromobilität

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

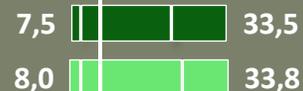
Bottom-2-Boxes Note 5 | Note 4 Top-2-Boxes Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks

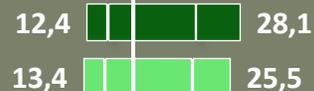
44,8 Mein Stromversorger ist im Bereich E-Mobilität/Stromautos bereits sehr engagiert
47,3



42,2 Mein Stromversorger verfügt über die nötige Kompetenz, um bei der E-Mobilität/Stromautos ein Ansprechpartner der Kunden zu sein
41,9



45,2 Mein Stromversorger kann mich bereits jetzt kompetent zum Thema E-Mobilität/Stromautos beraten
46,1



28,2 Ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig eine Wall-Box, also eine Ladestation für zu Hause, bei meinem Stromversorger zu kaufen
--



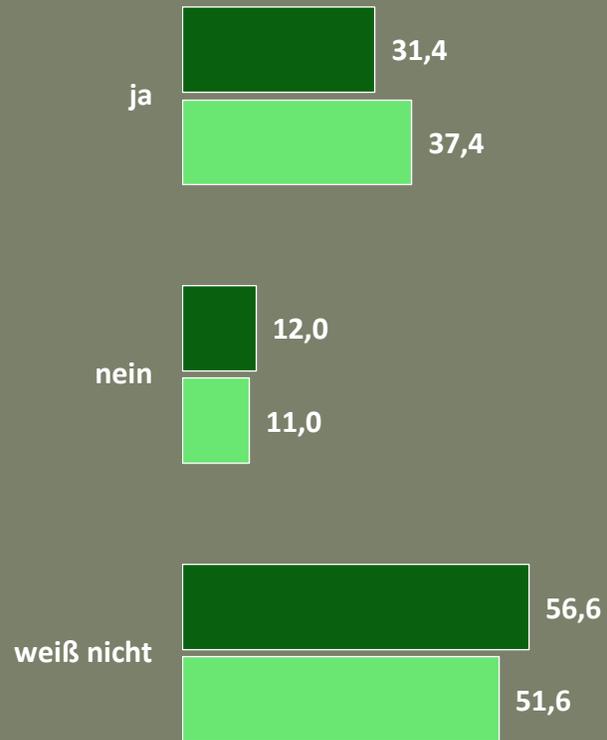
27,0 Ich könnte mir auch vorstellen, zukünftig einen Autostromtarif bei meinem Stromversorger zu buchen
--



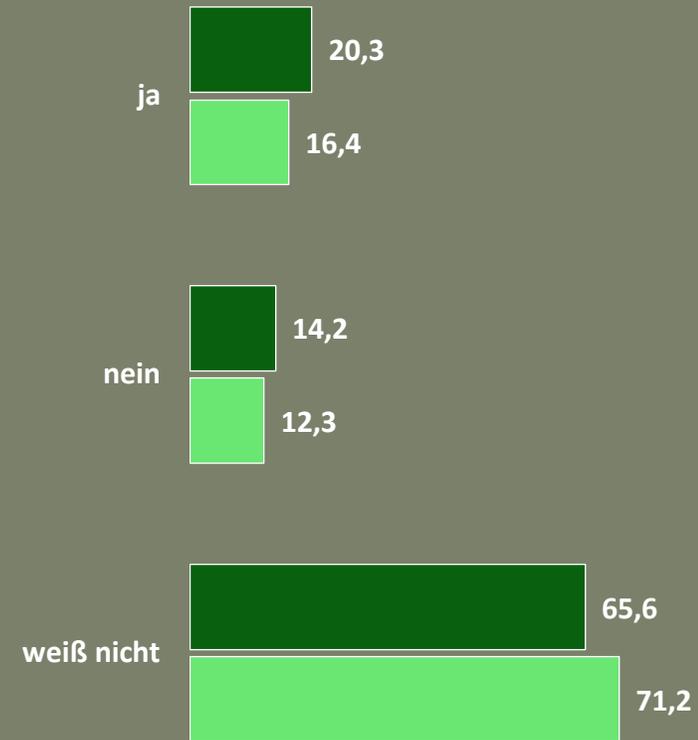
Year	Mittelwert	Benchmark	Benchmark Wert
2022	2,4		
2021	2,4		
Bund	2,4	Discounter	2,6
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	2,4	Regionalversorger	2,3
2022	2,3		
2021	2,4		
Bund	2,3	Discounter	2,4
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,4
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,1
2022	2,6		
2021	2,7		
Bund	2,6	Discounter	2,6
Big 3	2,5	Stadtwerke/Lokalversorger	2,7
reine Ökoanbieter	2,7	Regionalversorger	2,3
2022	3,1		
2021	--		
Bund	3,1	Discounter	3,1
Big 3	2,8	Stadtwerke/Lokalversorger	3,3
reine Ökoanbieter	3,1	Regionalversorger	3,1
2022	2,9		
2021	--		
Bund	2,9	Discounter	2,9
Big 3	2,7	Stadtwerke/Lokalversorger	3,1
reine Ökoanbieter	3,2	Regionalversorger	2,9

Frage 13: Wie schätzen Sie Ihren aktuellen Stromversorger in Bezug auf die folgenden Aspekte rund um E-Mobilität ein? Vergeben Sie bitte jeweils eine Bewertung zwischen 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.

Die Einschätzung der EVU bei Elektromobilität hat sich leicht verbessert; Wall-Boxes und ein Autostromtarif zeigen vergleichsweise hohe Potenziale!



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



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

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

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

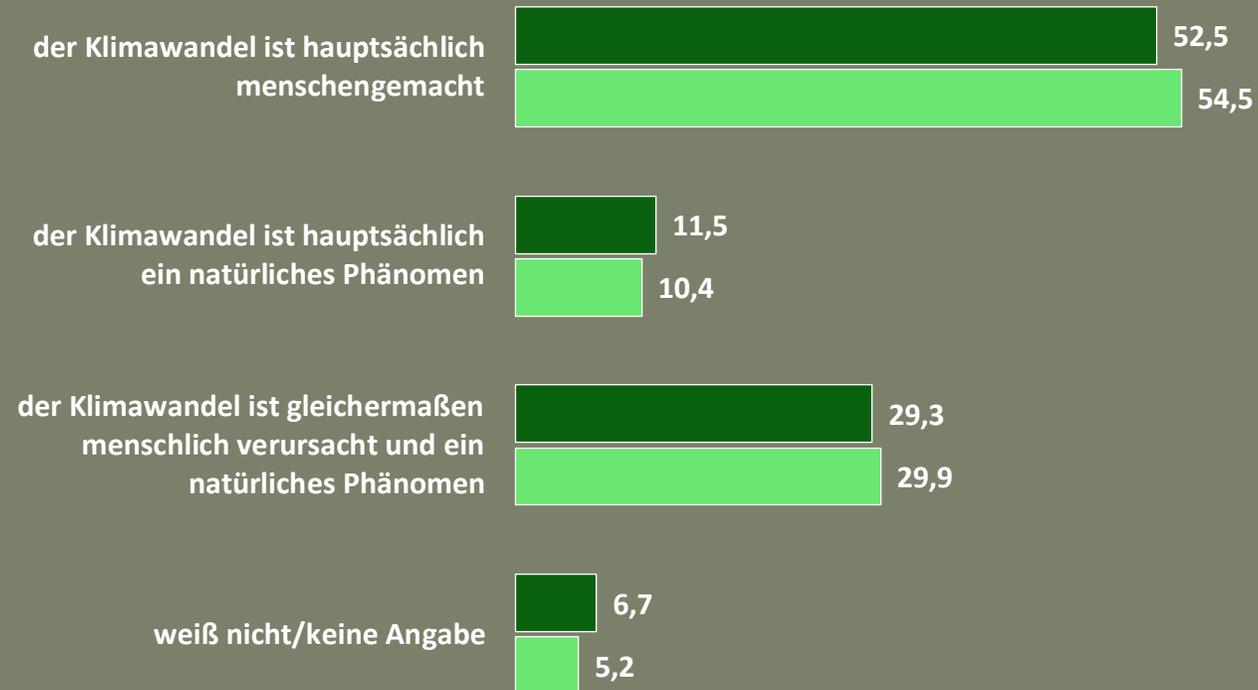
Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU



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

Die Wahrnehmung des Klimawandels als hauptsächlich menschengemachtes Phänomen hat abgenommen!

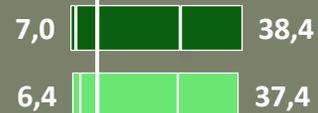
Einschätzung des Stromversorgers im Bereich Klimaschutz

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

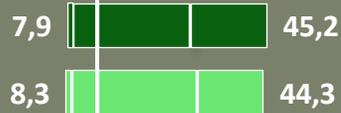
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

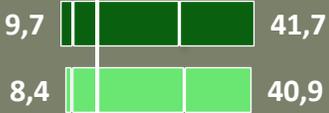
Mittelwerte/Benchmarks



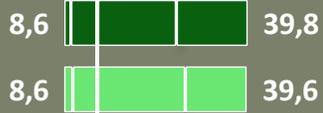
2022		2,2	
2021		2,3	
Bund	2,2	Discounter	2,0
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,4



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



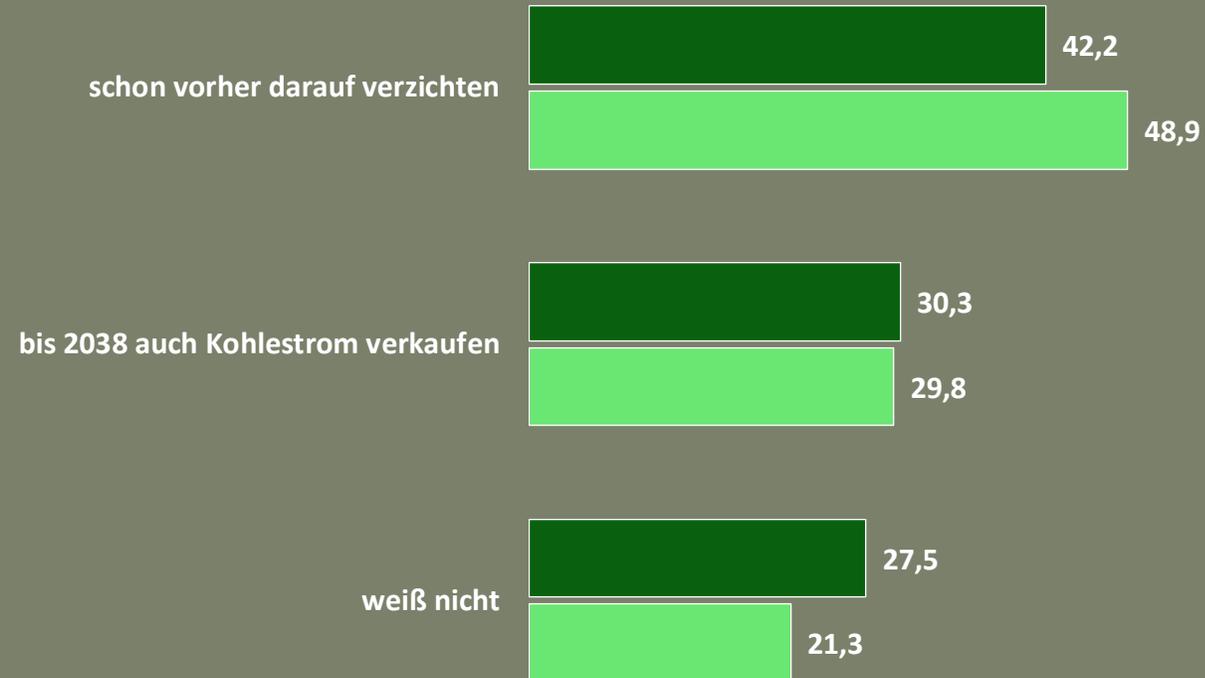
2022		2,3	
2021		2,3	
Bund	2,3	Discounter	2,2
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,7	Regionalversorger	2,3



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

Frage 15: Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zu Ihrem Stromversorger auf einer Skala von 1 = „trifft voll und ganz“ bis 5 = „trifft überhaupt nicht zu“.
Mein Stromversorger ...

Die Bewertung der Klimaschutz-Aktivitäten der EVU hat sich tendenziell verbessert!



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

Der frühere Verzicht auf Kohleverstromung wird von weniger Haushalten gewünscht.

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

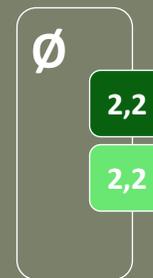
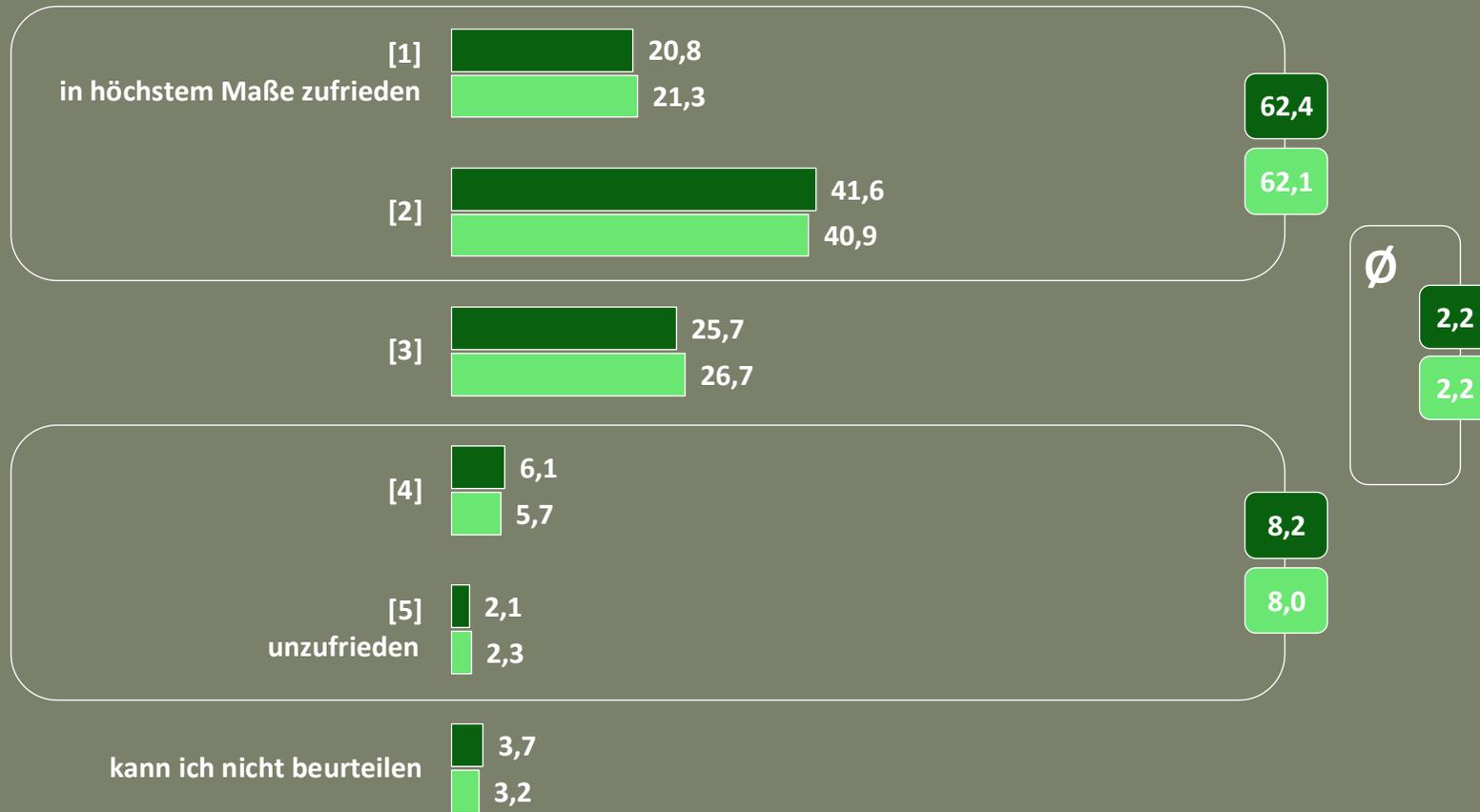
Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

A'priori-Gesamtzufriedenheit



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

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

Die A'priori-Gesamtzufriedenheit ist im Jahresvergleich unverändert.

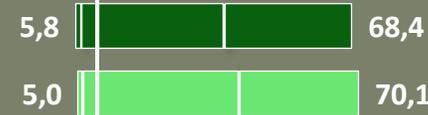
Image der Energieversorger 1/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

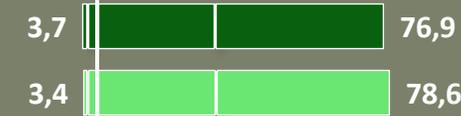
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

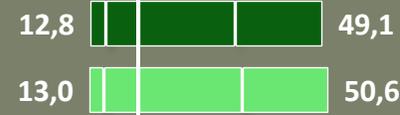
Mittelwerte/Benchmarks



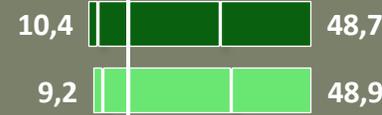
2022	1,9		
2021	2,0		
Bund	1,9	Discounter	1,9
Big 3	1,9	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,1



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



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



2022	2,2		
2021	2,3		
Bund	2,2	Discounter	1,9
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,4

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

Die Zuverlässigkeit bleibt der Top-Imageaspekt der EVU; es folgt die Leistungsfähigkeit mit steigender Tendenz.

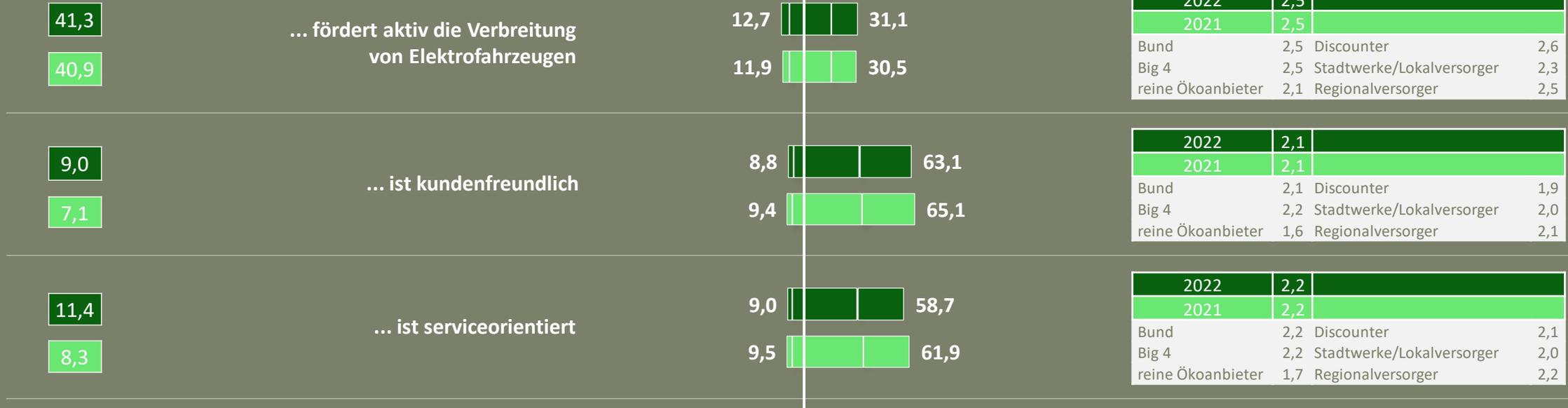
Image der Energieversorger 2/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks



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

Die Förderung der Elektromobilität wird vergleichsweise schlecht bewertet.

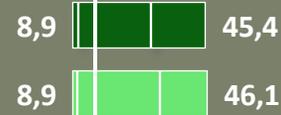
Image der Energieversorger 3/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

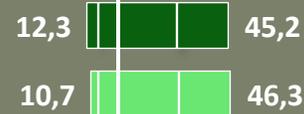
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

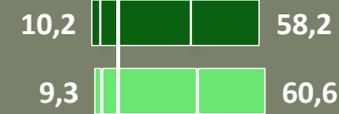
Mittelwerte/Benchmarks



2022	2,2		
2021	2,3		
Bund	2,2	Discounter	1,9
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,8	Regionalversorger	2,3



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



2022	2,2		
2021	2,2		
Bund	2,2	Discounter	1,9
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	1,6	Regionalversorger	2,2

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

Das ökologisch verantwortungsvolle Arbeiten zeigt eine leichte Positiv-Tendenz.

Image der Energieversorger 4/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks

7,9

6,8

... ist vertrauenswürdig

7,4 65,1

7,3 67,0

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

10,0

8,2

... spricht mich persönlich an

11,1 55,8

13,6 53,5

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

7,5

6,6

... hat angemessene Preise

15,5 52,4

16,5 52,4

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

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

Die Vertrauenswürdigkeit wird leicht negativer wahrgenommen.

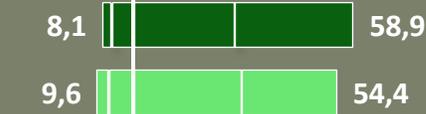
Image der Energieversorger 5/5

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

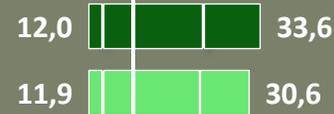
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

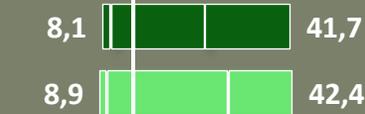
Mittelwerte/Benchmarks



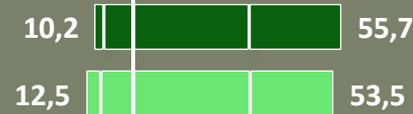
2022	2,0		
2021	2,2		
Bund	2,0	Discounter	2,5
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	1,8
reine Ökoanbieter	2,1	Regionalversorger	1,9



2022	2,4		
2021	2,5		
Bund	2,4	Discounter	2,7
Big 3	2,4	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	2,9	Regionalversorger	2,2



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

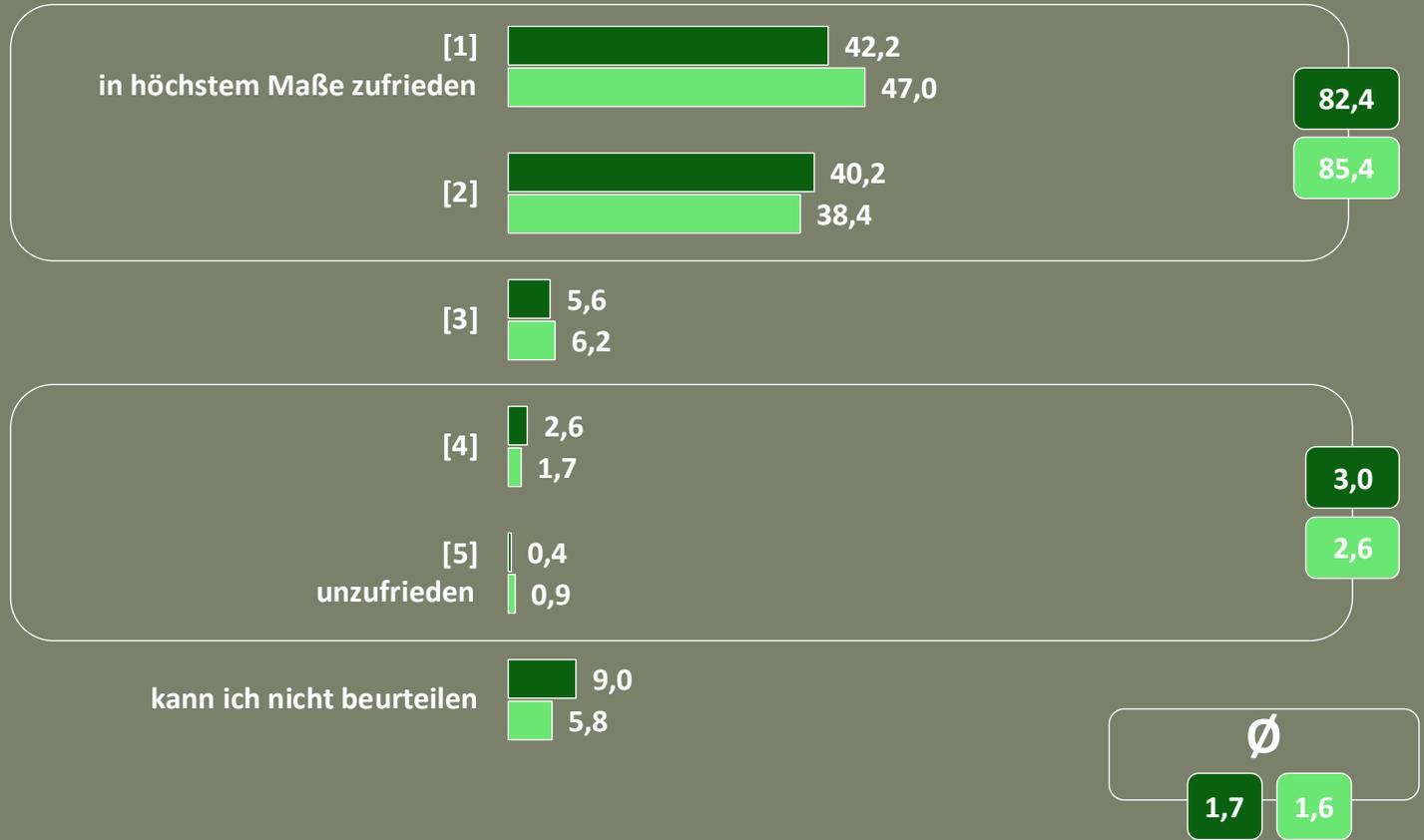


2022	2,2		
2021	2,3		
Bund	2,2	Discounter	2,0
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
reine Ökoanbieter	2,0	Regionalversorger	2,3

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

Entgegen der Erwartungen hat sich das Gesamt-Image der Branche positiv entwickelt!

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz



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

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

n = 103

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung?

Sicherheit und Zuverlässigkeit bleibt sehr gut erfüllt, zeigt aber einen negativen Trend.

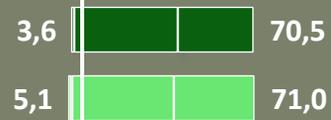
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

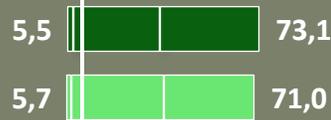
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

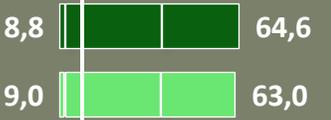
Mittelwerte/Benchmarks



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



2022	1,8		
2021	1,9		
Bund	1,8	Discounter	1,7
Big 3	1,8	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,4	Regionalversorger	1,9



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

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Die Rechnungsaspekte werden auf dem Niveau des Vorjahres bewertet, die Korrektheit der Rechnung mit positiver Tendenz.

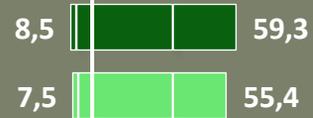
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Tarife

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

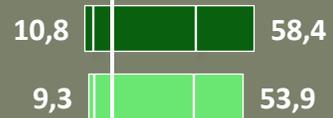
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

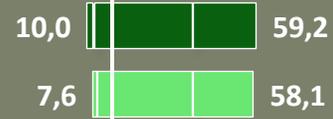
Mittelwerte/Benchmarks



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



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



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

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Die Zufriedenheit mit Tarifen ist leicht gestiegen!

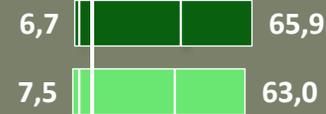
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Vertragsmodalitäten & Preisanpassungsschreiben

Anteile „kann ich
absolut nicht beurteilen“

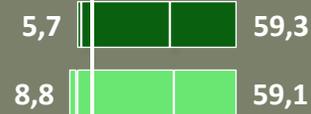
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks



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



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



2022	2,3		
2021	2,3		
Bund	2,3	Discounter	2,1
Big 3	2,3	Stadtwerke/Lokalversorger	2,3
reine Ökoanbieter	1,9	Regionalversorger	2,5

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Positive Tendenz bei der Vertragslaufzeit und der Kündigungsfrist der Verträge!

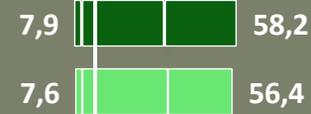
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung 1/2

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

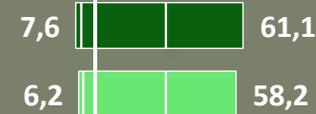
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

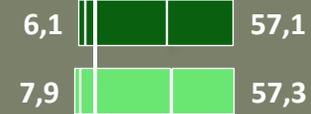
Mittelwerte/Benchmarks



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



2022	2,0		
2021	2,0		
Bund	2,0	Discounter	1,9
Big 3	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	2,3



2022	2,0		
2021	2,1		
Bund	2,0	Discounter	1,9
Big 3	2,1	Stadtwerke/Lokalversorger	2,0
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	2,2

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Die Erreichbarkeit und Personalaspekte werden gut bewertet!

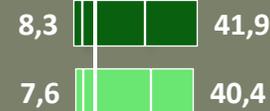
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung 2/2

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

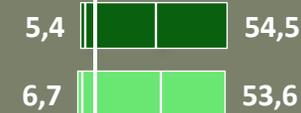
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

Mittelwerte/Benchmarks



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



2022		2,0	
2021		2,0	
Bund	2,0	Discounter	1,9
Big 3	2,0	Stadtwerke/Lokalversorger	1,9
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	2,0



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

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Das Verhalten der EVU bei Beschwerden/Reklamationen verbessert sich tendenziell.

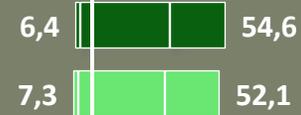
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Dienstleistungen

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

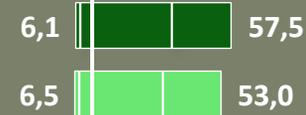
Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

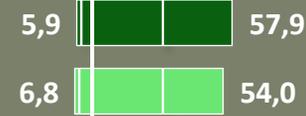
Mittelwerte/Benchmarks



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



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



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

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Das Beratungs- und Dienstleistungsangebot wird leicht besser bewertet.

Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Ökologie

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

28,7

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

30,2

Bottom-2-Boxes
Note 5 | Note 4

Top-2-Boxes
Note 2 | Note 1

6,3

47,2

5,9

48,8

Mittelwerte/Benchmarks

	2022	2,2	
	2021	2,1	
Bund	2,2	Discounter	1,9
Big 3	2,2	Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
reine Ökoanbieter	1,5	Regionalversorger	2,3

28,2

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

27,8

7,9

45,8

9,4

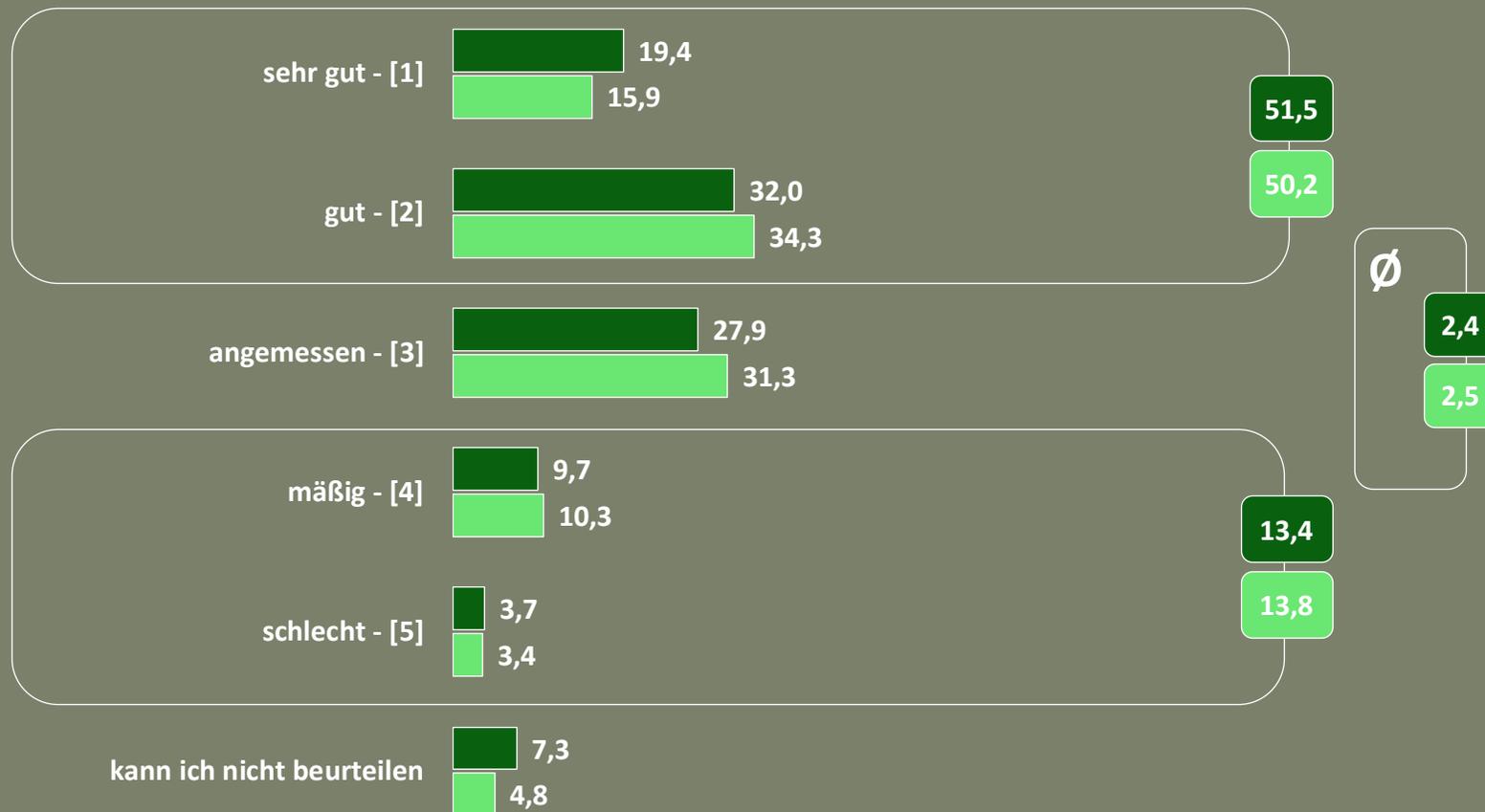
48,0

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

Frage 18: Wie zufrieden sind Sie mit ... ?

Die Zufriedenheit mit ökologischen Aspekten ist gesunken.

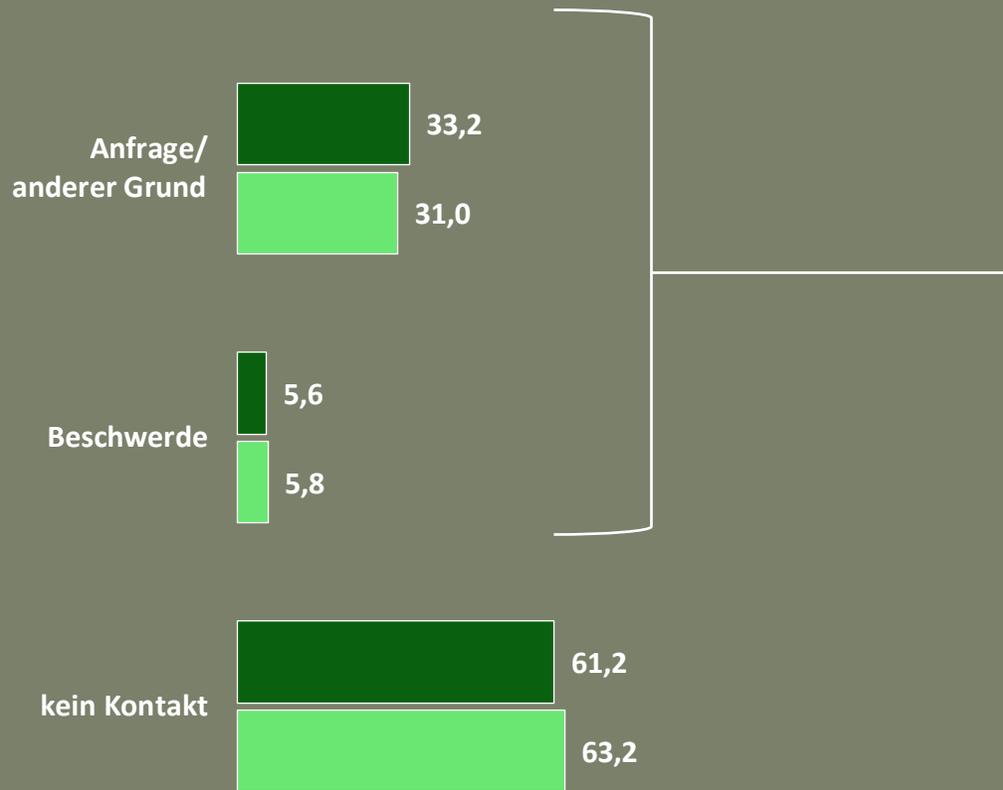
Preis-Leistungs-Verhältnis – Strom



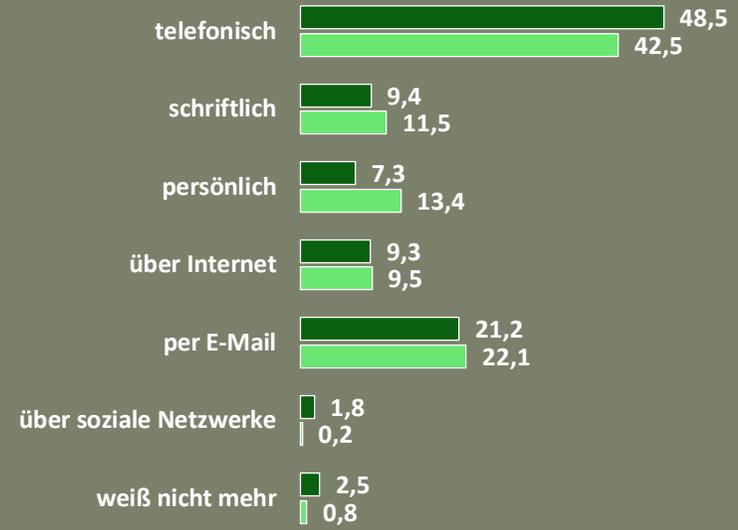
Bundesbenchmark	
Bund	2,4
Big 3	2,4
reine Ökoanbieter	2,1
Discounter	2,2
Stadtwerke/Lokalversorger	2,5
Regionalversorger	2,4

Frage 19: 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 ...?

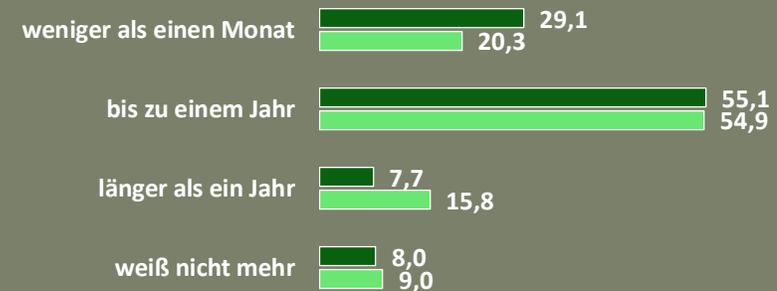
Trotz der schwierigen Energiemarktsituation wird das Preis-Leistungs-Verhältnis der EVU sogar besser bewertet.



Frage 17/17.1: Haben Sie sich bei Ihrem letzten Kontakt mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Grund an Ihren Energieversorger gewandt?



Frage 17.2: Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet, per E-Mail oder über soziale Netzwerke?



Frage 17.3: Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?



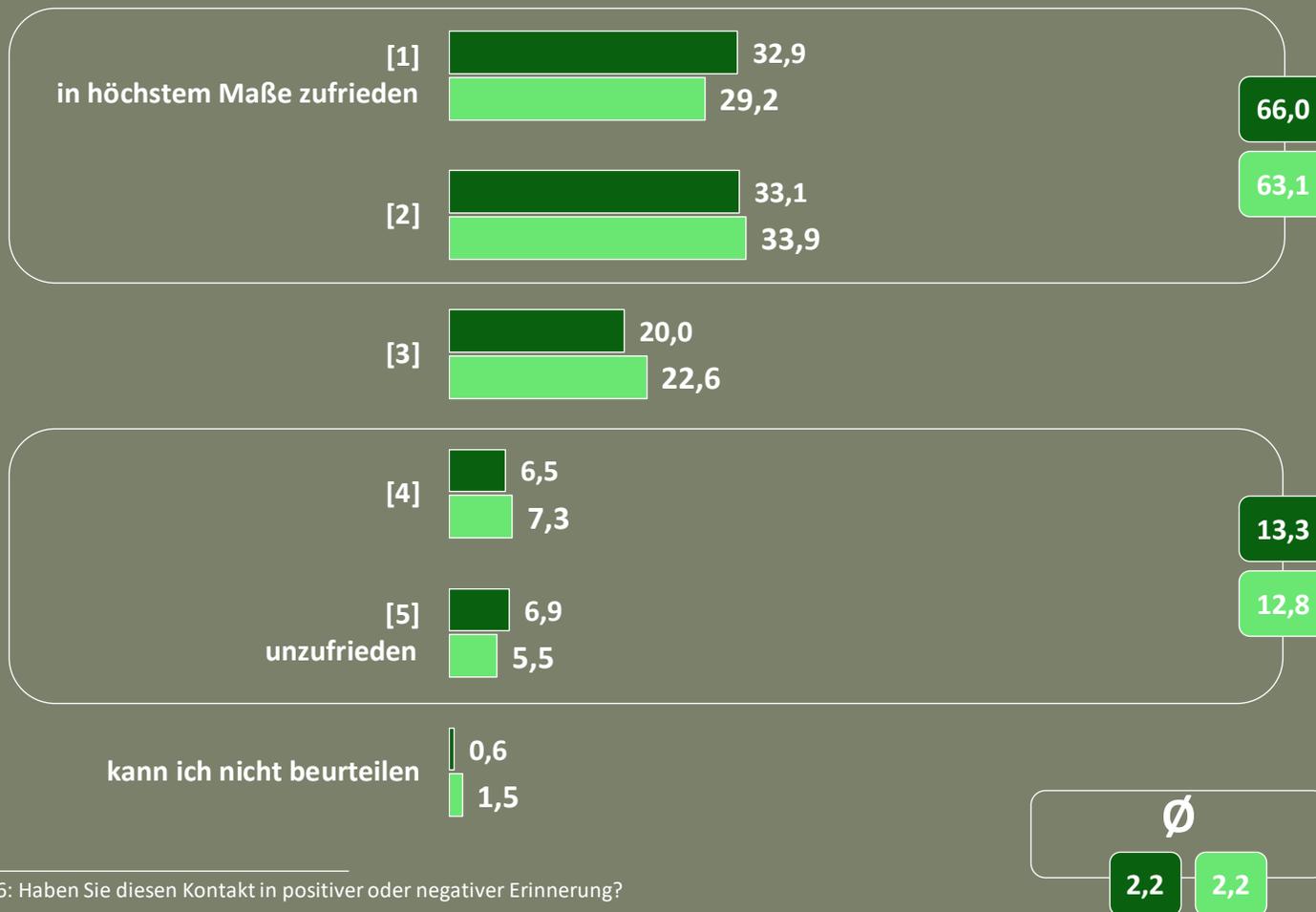
Die Kontakte zu den EVU haben zugenommen; es dominiert weiterhin der telefonische Kontakt.



Frage 17.5: Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt? (Mehrfachnennung, Auswahl der häufigsten Nennungen)

Rechnungsaspekte sowie die Abschlagsänderung haben als Kontakthanlass stark zugenommen!

Gesamtbewertung des letzten Kontaktes



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

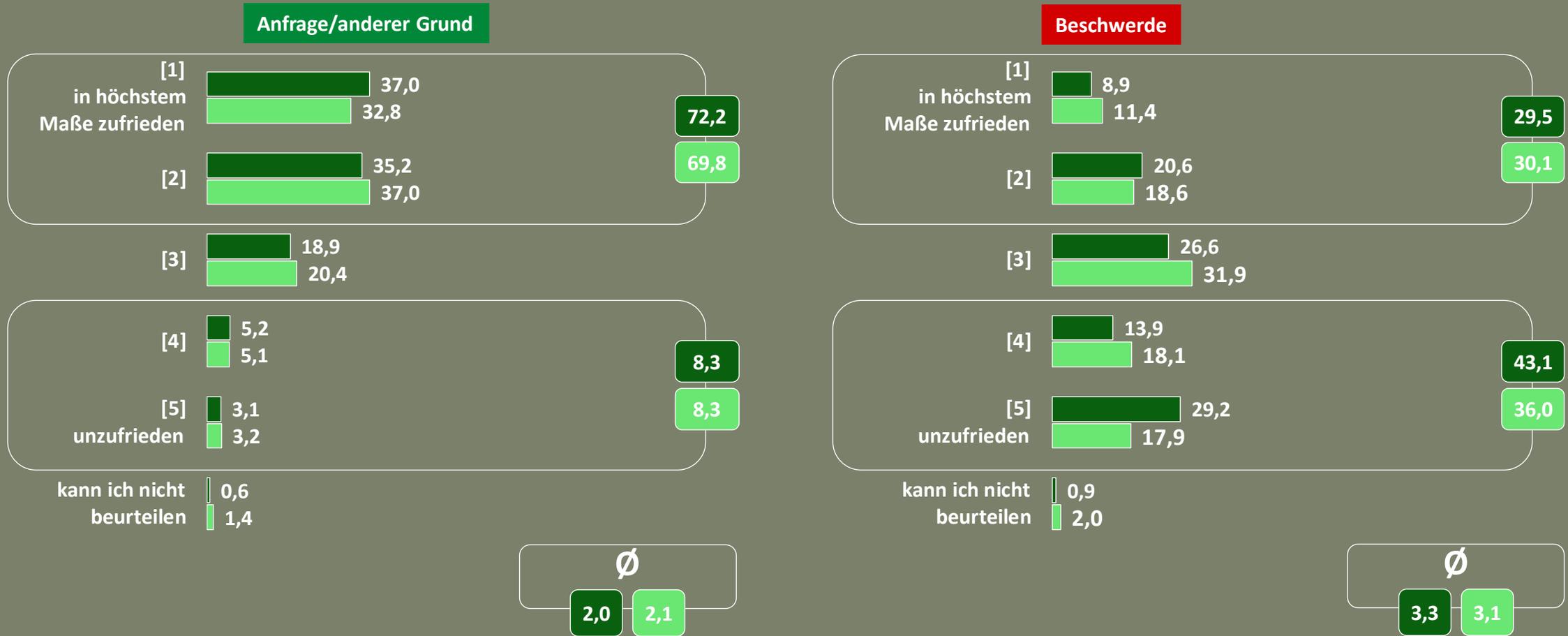
Gründe für die Unzufriedenheit	
1.	Problem blieb ungelöst/Fragen blieben unbeantwortet
2.	unfreundlicher Ansprechpartner
3.	es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
4.	unverständliche Beratung
5.	mangelnde Kulanz

n = 155

Frage 17.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

Der letzte Kontakt wird insgesamt positiv bewertet!

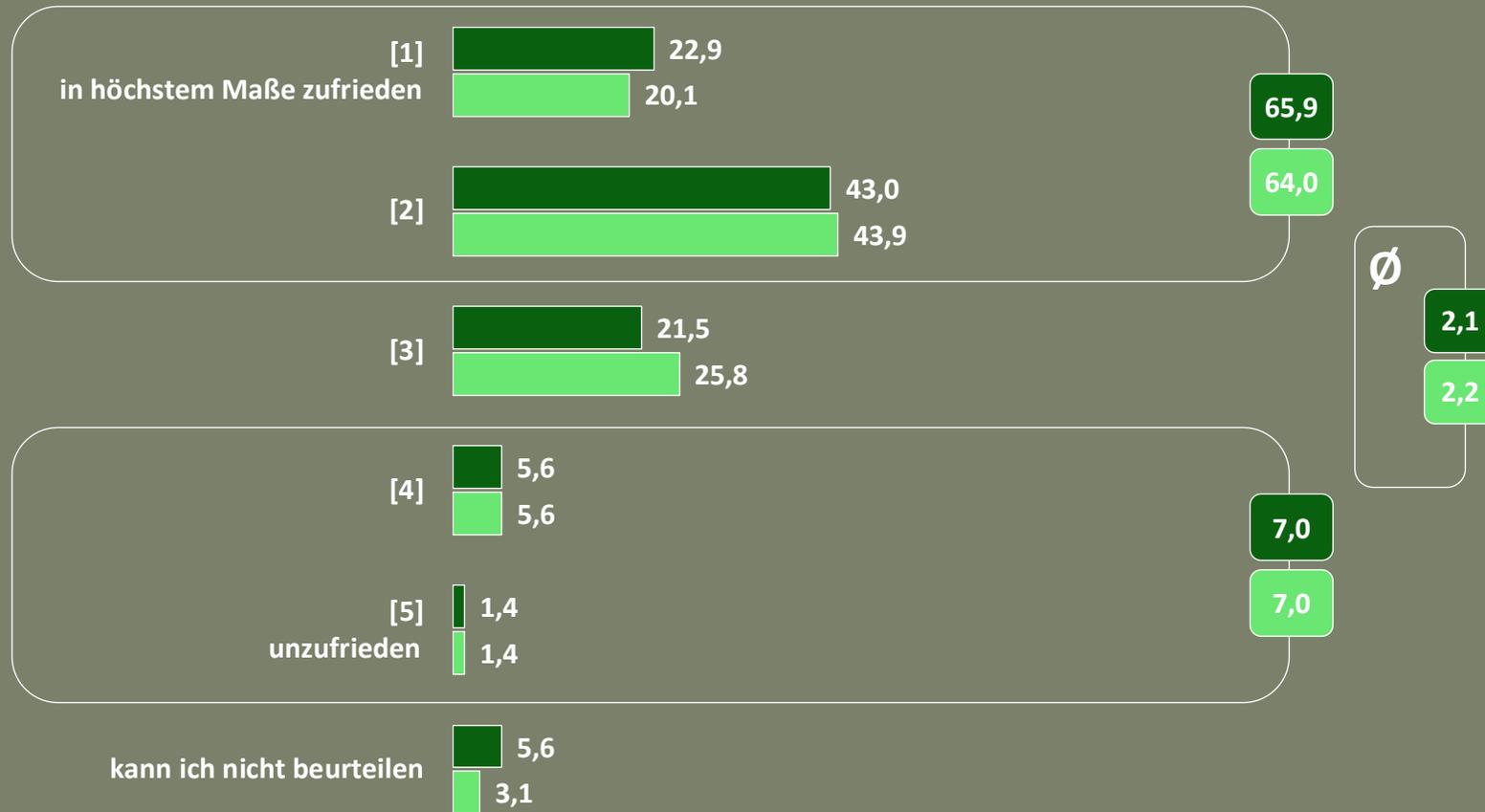
Gesamtbewertung des letzten Kontaktes – Differenzierung nach Kontaktgrund



Frage 17.6: Haben Sie diesen Kontakt in positiver oder negativer Erinnerung?

Befragte mit Beschwerden bewerten den Kontakt negativer als im Vorjahr.

A'posteriori-Gesamtzufriedenheit



Bundesbenchmark	
Bund	2,1
Big 3	2,2
reine Ökoanbieter	1,8
Discounter	1,9
Stadtwerke/Lokalversorger	2,1
Regionalversorger	2,3

Frage 20: Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger?

Die A'posteriori-Gesamtzufriedenheit ist leicht gestiegen!

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

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.

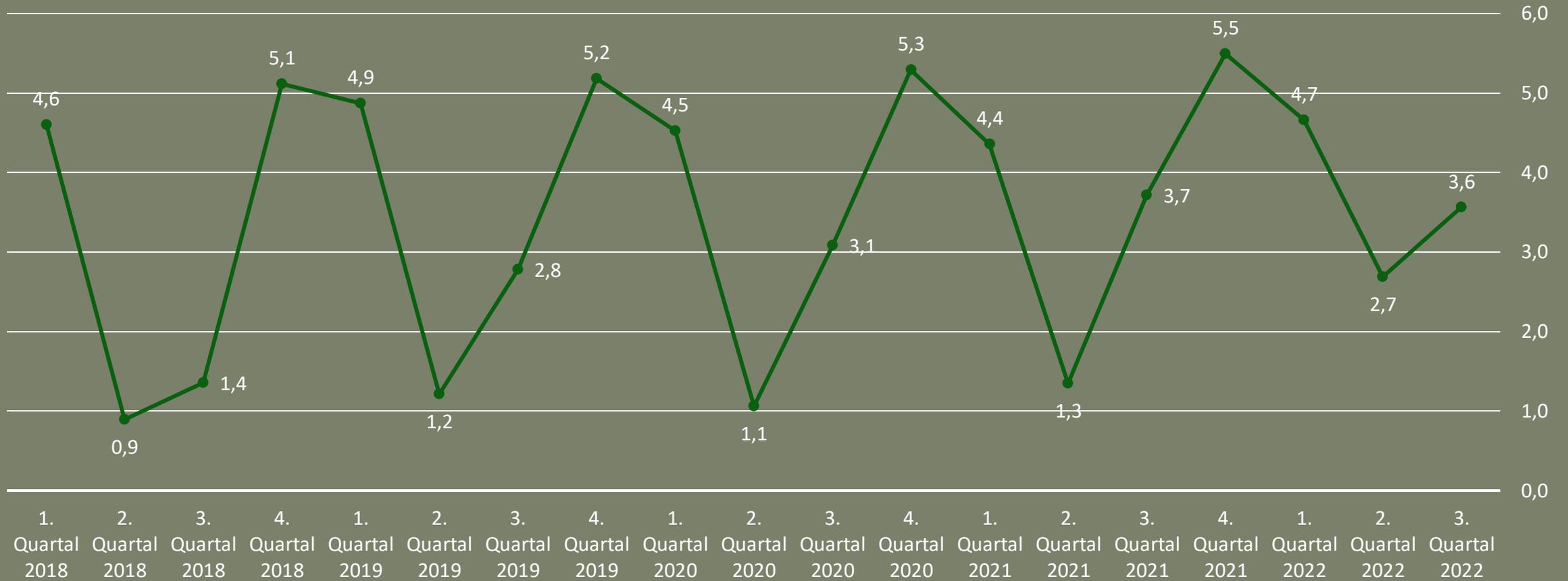
Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:



SWI 7: Hat der (letzte) Wechsel im 3. Quartal 2022, also Juli, August oder September, stattgefunden?

Die quartalsweise Wechselquote liegt auf dem Niveau des Vorjahres.

Quartalsweise Wechselquote – Zeitreihe



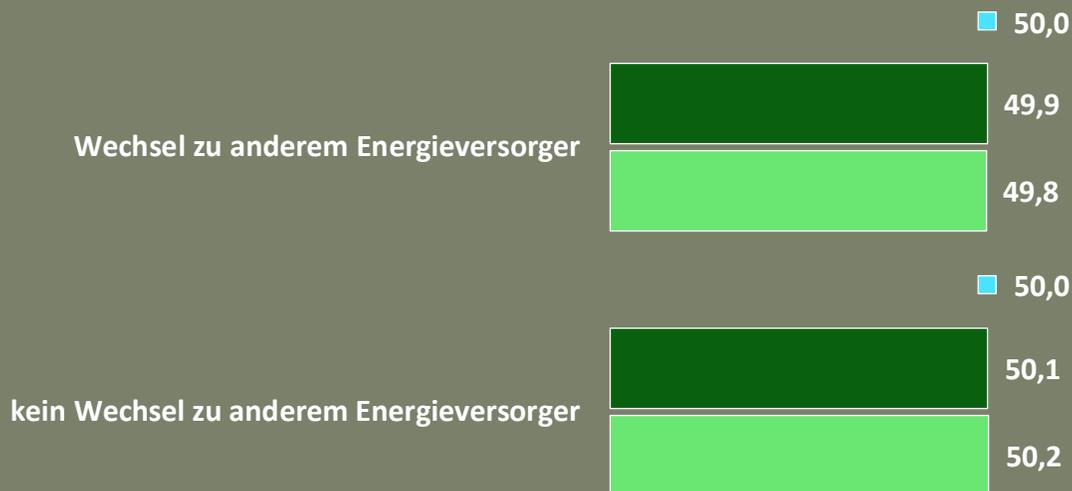
SWI 7: Hat der (letzte) Wechsel im 3. Quartal 2022, also Juli, August oder September, stattgefunden?

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.

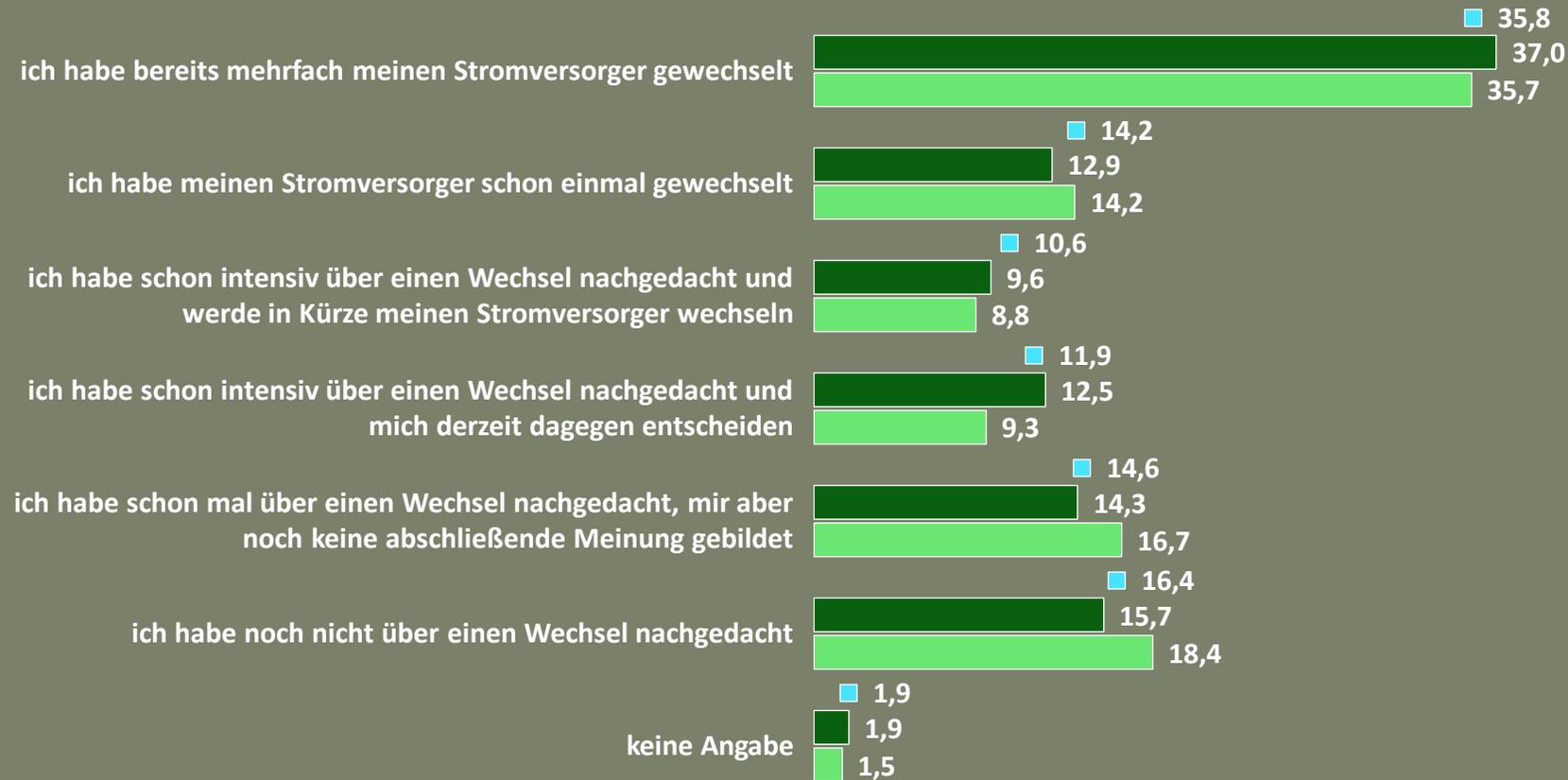
Das folgende Diagramm zeigt die aktuelle, bereinigte Wechselquote:



Hochrechnung (Basis: 40,656 Mio. Haushaltskunden)	
Anzahl Wechsler (exkl. Rückwechsler)	20,35 Mio. HH
Anzahl Rückwechsler	4,43 Mio. HH
Anzahl Mehrfachwechsler (inkl. Rückwechsler)	15,05 Mio. HH

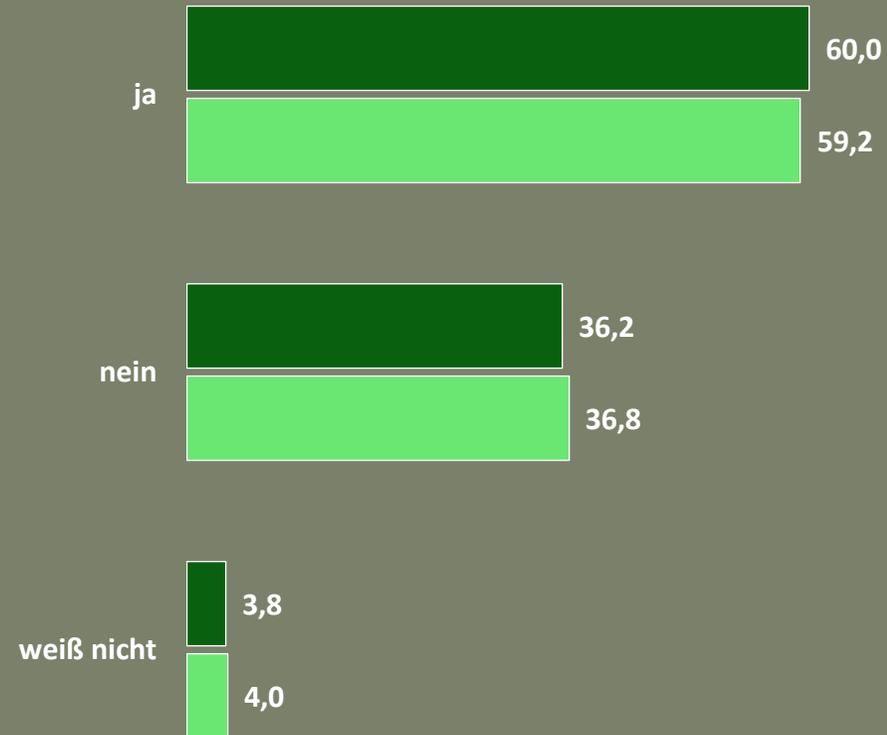
SWI 4: In der folgenden Frage geht es um den Wechsel des Stromversorgers. Ich lese Ihnen einige Aussagen vor. Bitte sagen Sie mir, welche auf Ihren Haushalt zutrifft? (aggregiert)

Die Wechselquote ist unverändert!



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?

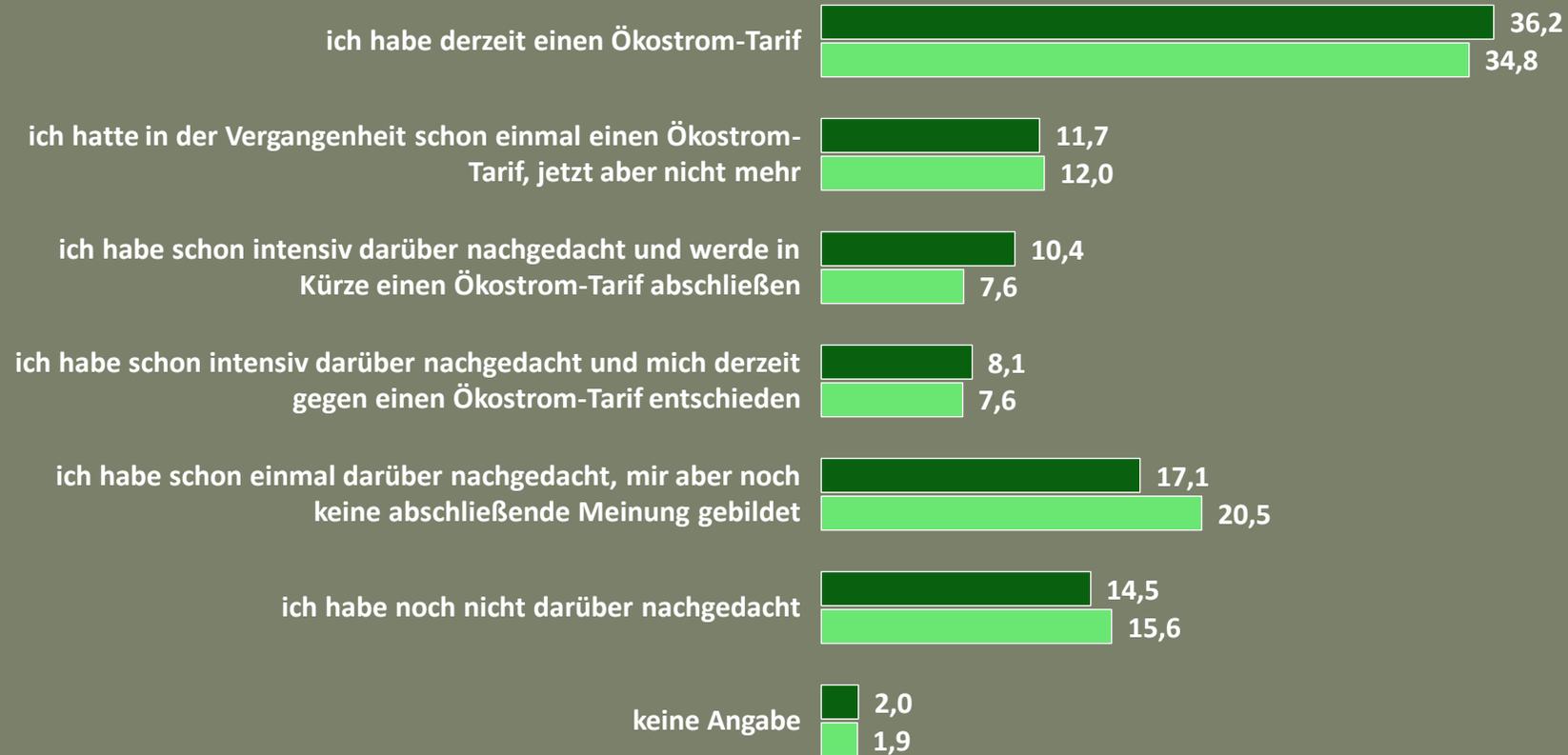
Mehrfachwechsel haben zugenommen!



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

Die Mehrheit hat bereits einen Tarifwechsel vorgenommen.

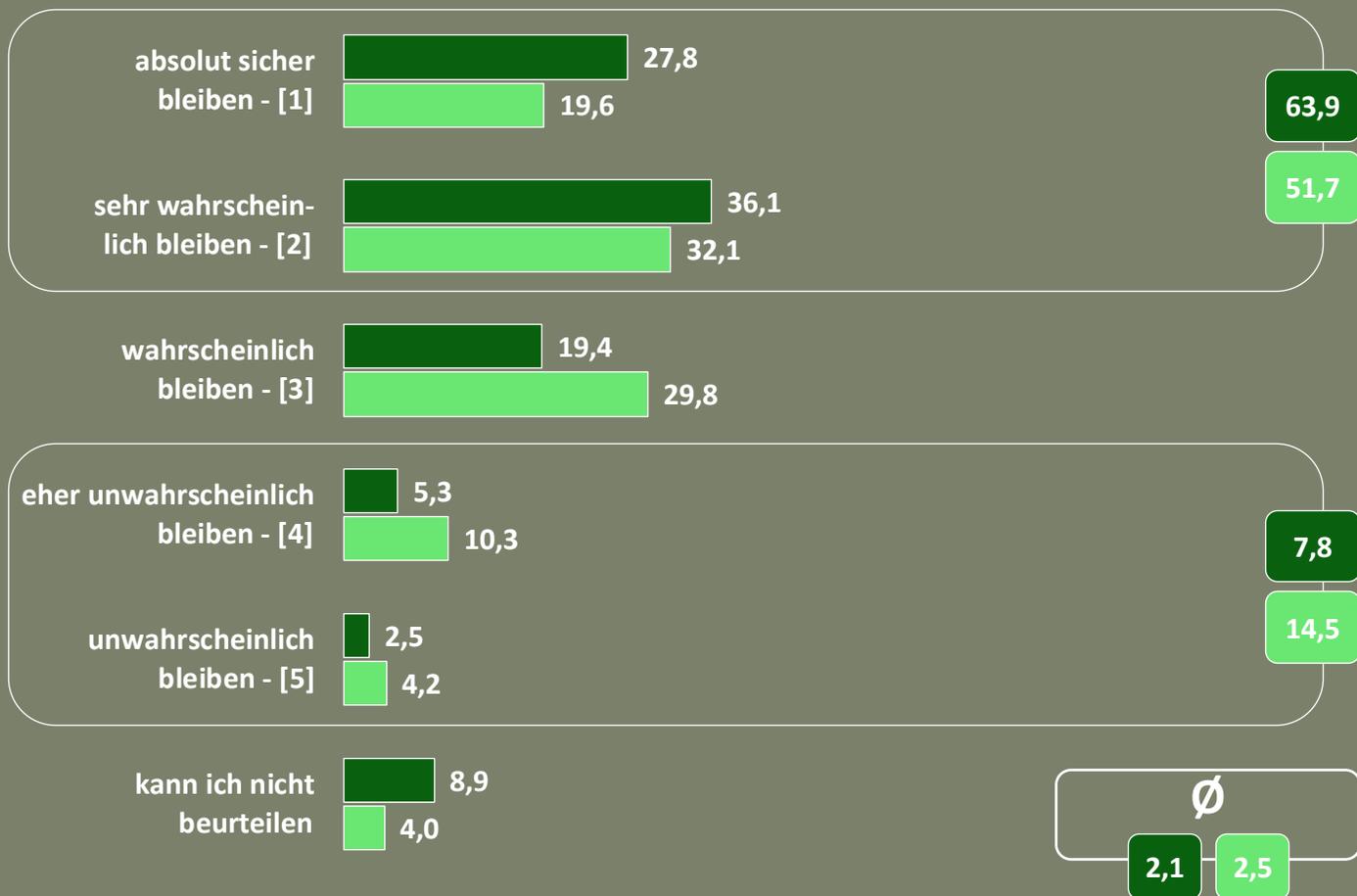
Wechsel zu einem Ökostrom-Tarif



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

Mehr als ein Drittel der Haushalte hat einen Ökostromtarif.

Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger



Gründe für den Verbleib	
1.	bin soweit zufrieden/nie Probleme gehabt
2.	günstiger Strompreis
3.	Sicherheit der Stromversorgung
4.	guter Service des bisherigen Anbieter
5.	kenne derzeit keine bessere Alternative
6.	Bequemlichkeit/Gewohnheit/Zeitmangel
n = 1.000	

Gründe für den Wechsel	
1.	Strompreis
2.	schlechter Service
3.	Image des alten Versorgers/des neuen Versorgers
n = 93	

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

Frage 21: 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 ...?

Die Verbleibswahrscheinlichkeit ist deutlich gestiegen!

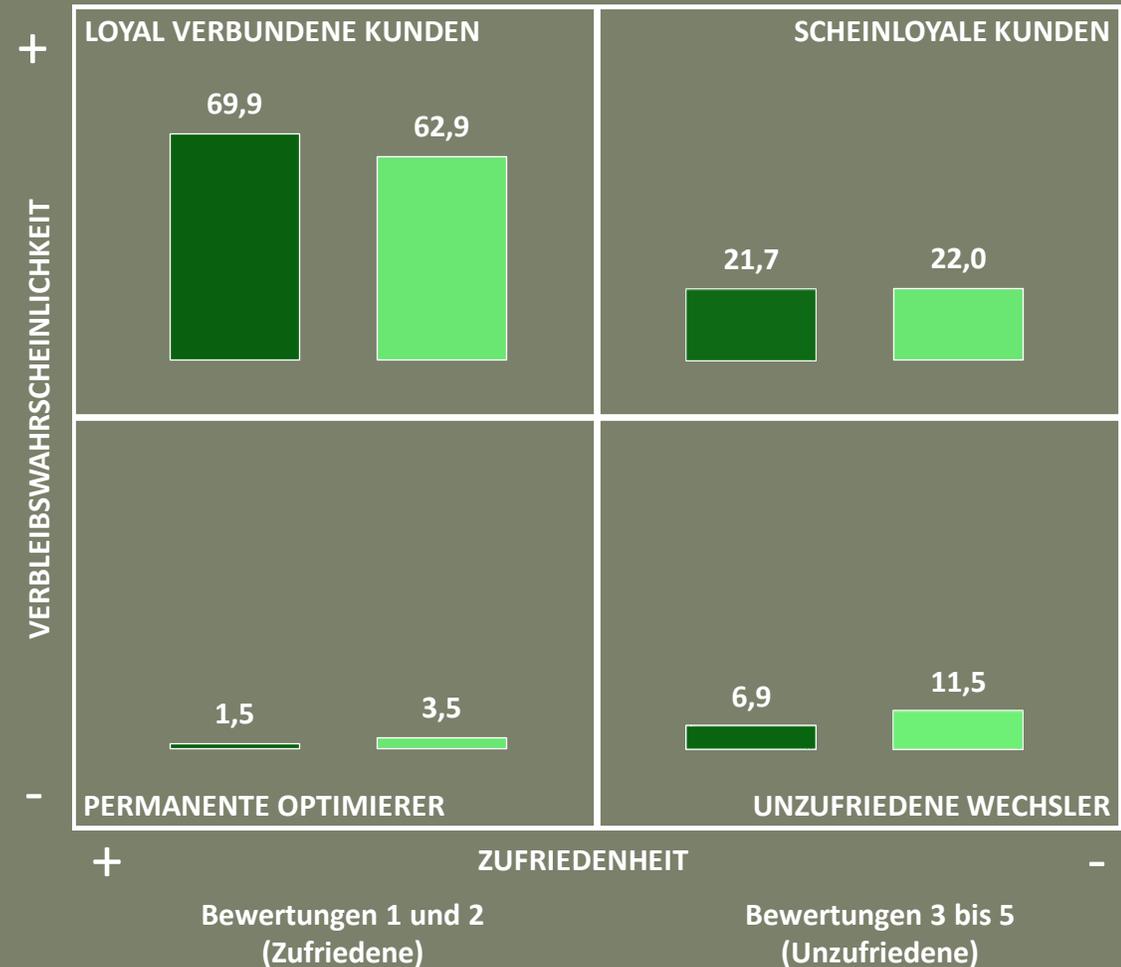
Zufriedenheit-Bindungs-Tableau

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

Bewertungen 1 bis 3
(absolut sicher bis
wahrscheinlich
bleiben)

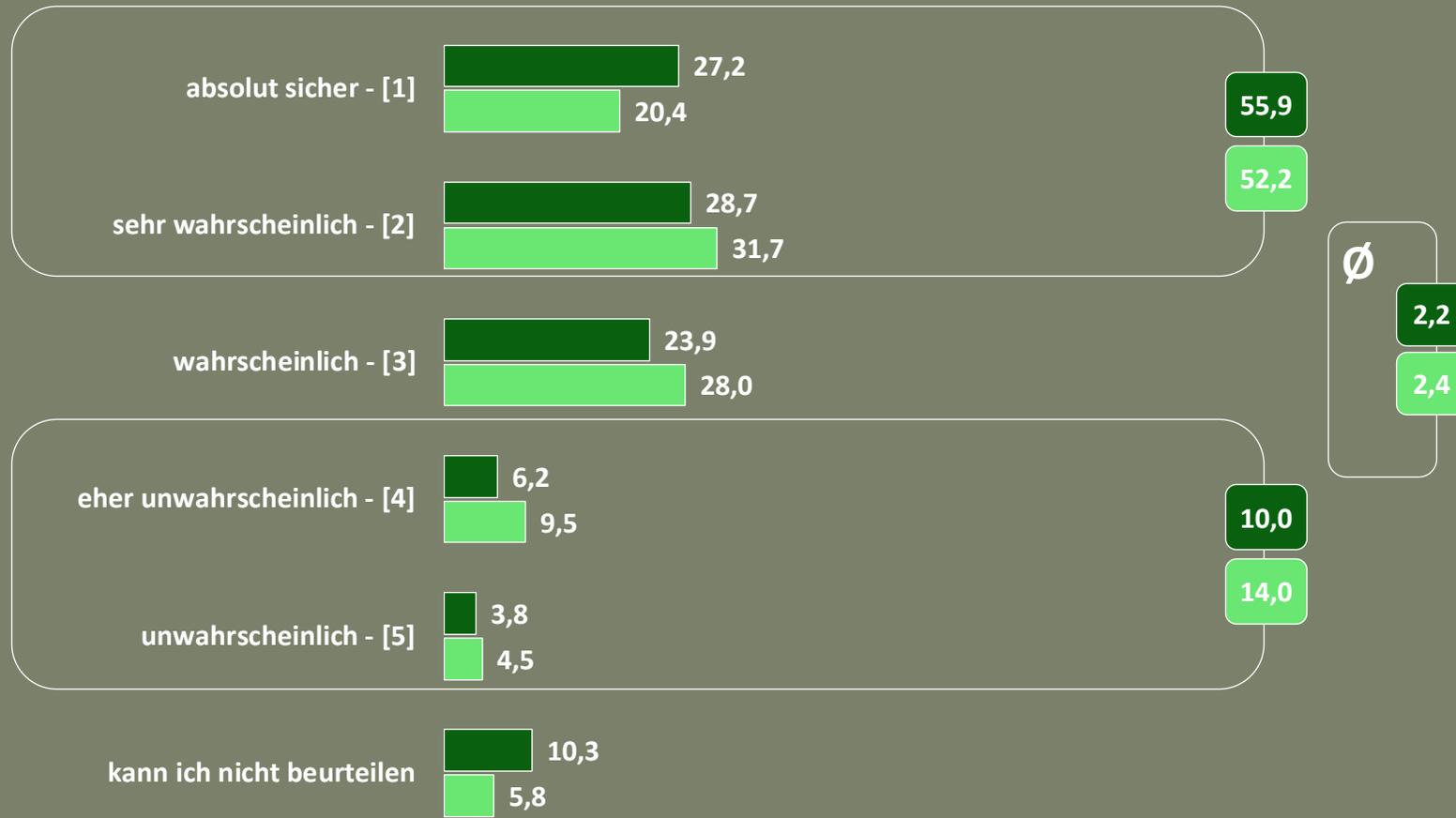
Bewertungen 4 und 5
(eher unwahrscheinlich
und unwahrscheinlich
bleiben)

Bundesbenchmark	
Bund	69,9
Big 3	66,9
reine Ökoanbieter	80,5
Discounter	83,2
Stadtwerke/Lokalversorger	73,2
Regionalversorger	62,5



Der Anteil unzufriedener Wechsler ist deutlich gesunken!

Weiterempfehlungsquote

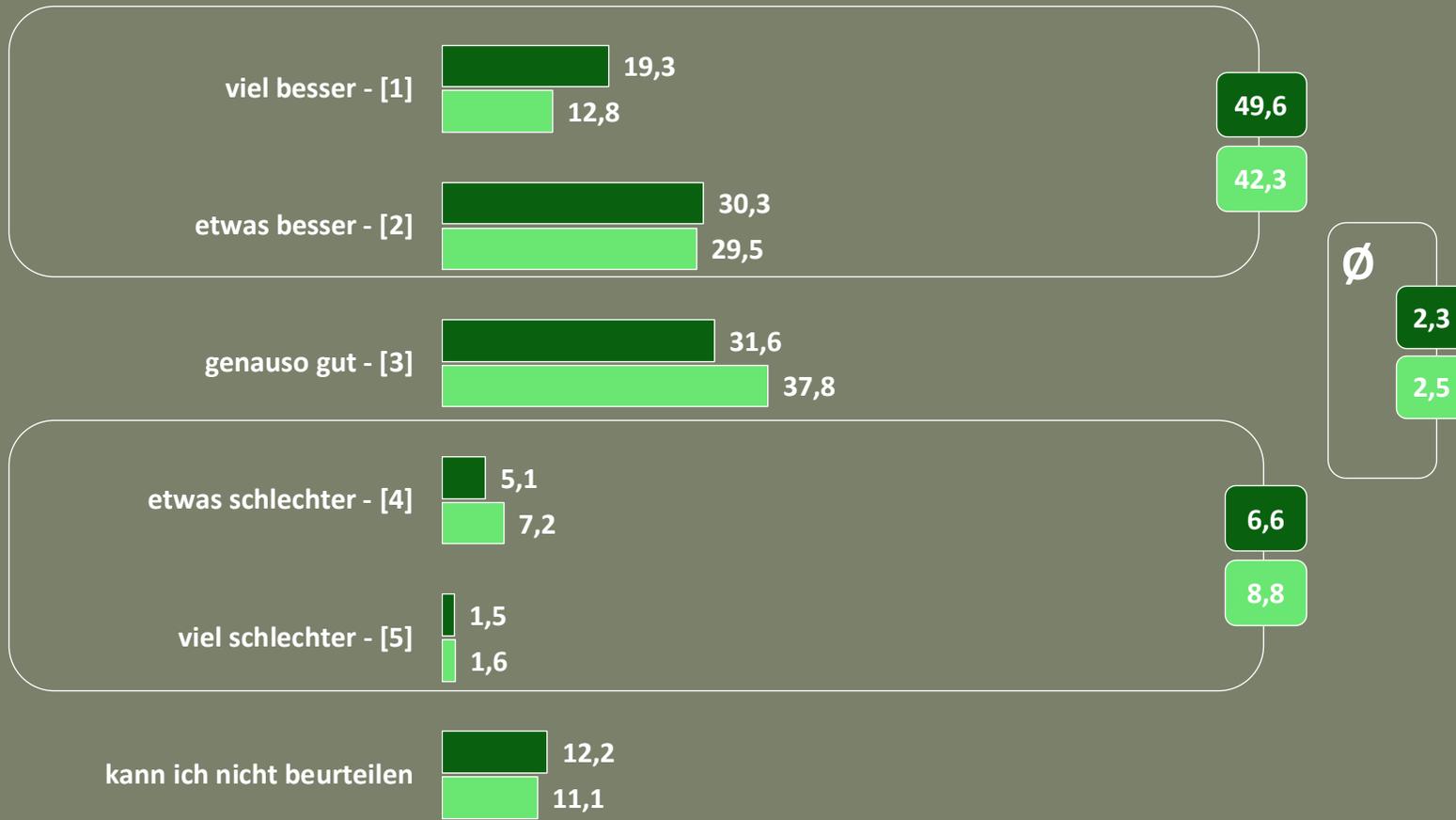


Bundesbenchmark	
Bund	2,2
Big 3	2,3
reine Ökoanbieter	1,7
Discounter	2,1
Stadtwerke/Lokalversorger	2,2
Regionalversorger	2,2

Frage 22: Wenn Sie von einer befreundeten oder bekannten Person um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Die Bereitschaft, sein EVU weiterzuempfehlen hat zugenommen!

Stromversorger im Vergleich



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

Frage 23: Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

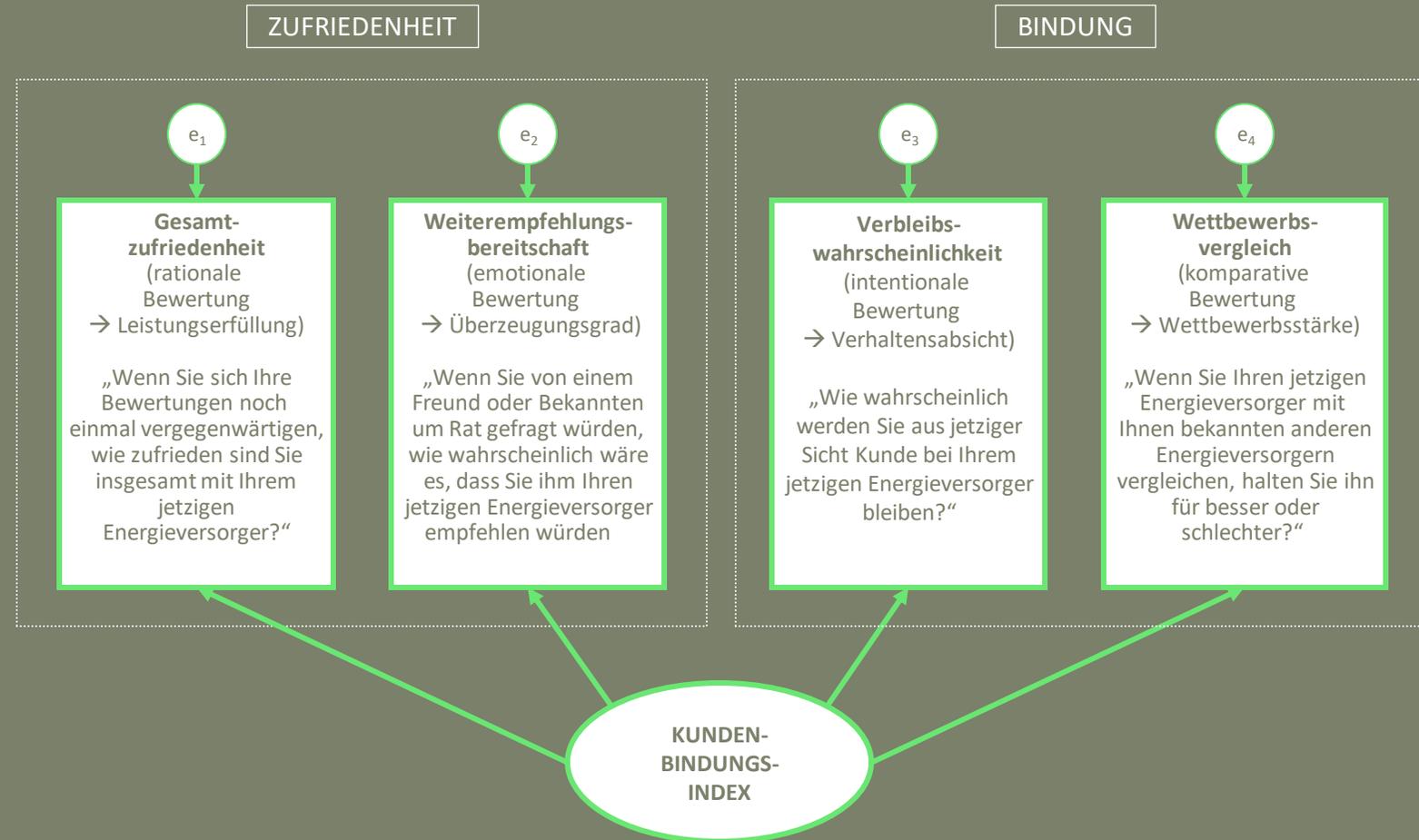
Der eigene Stromversorger wird häufiger für besser gehalten.

Struktur und Ableitung des Kundenbindungsindex

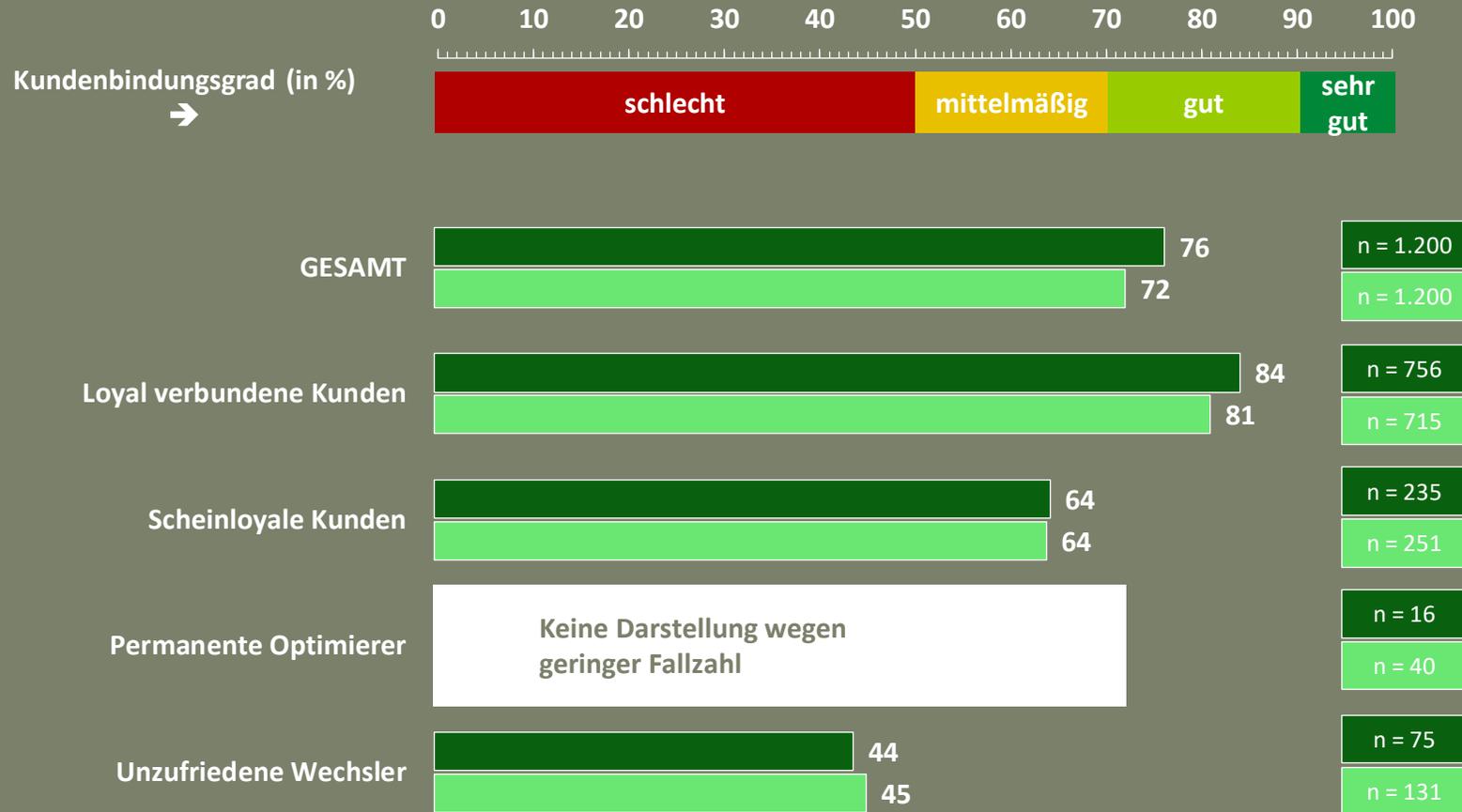
Der Kundenbindungsindex im Sinne eines Loyalitätsindex basiert auf der empirisch bestätigten Hypothese,

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



Bundesbenchmark	
Bund	76
Big 3	75
reine Ökoanbieter	84
Discounter	78
Stadtwerke/Lokalversorger	77
Regionalversorger	74

Der Kundenbindungsindex ist deutlich gestiegen!

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

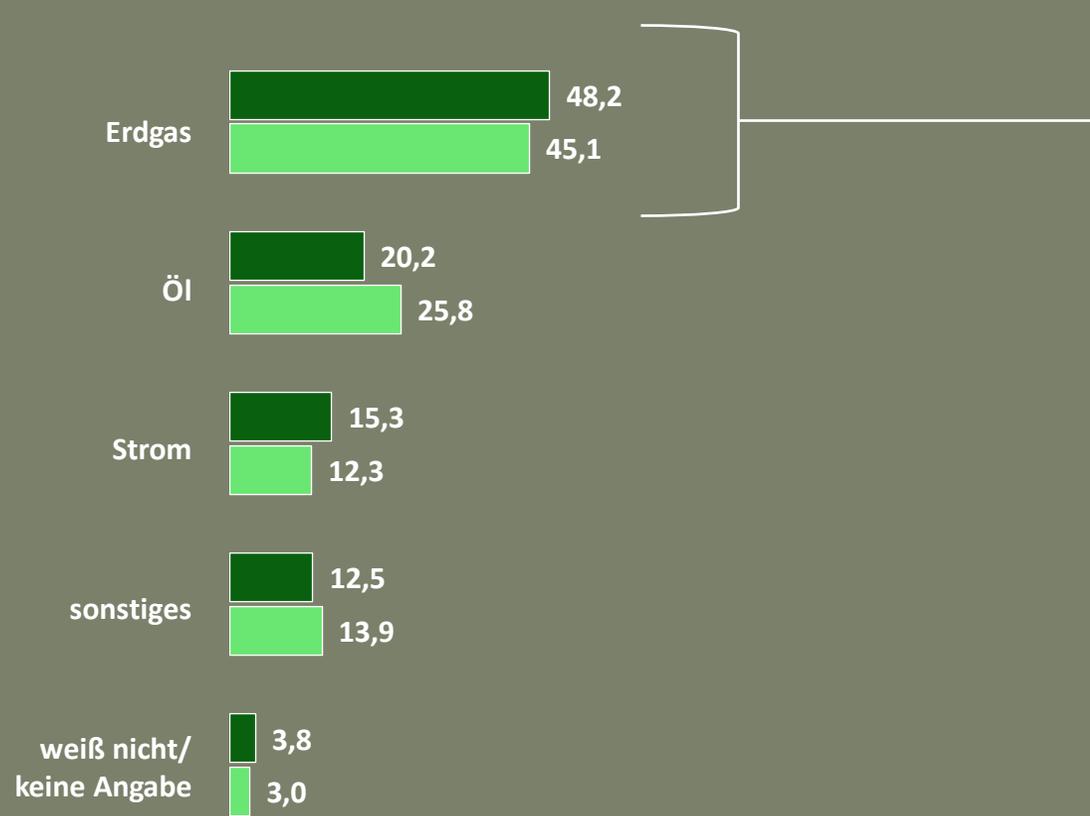
Klimaschutz

Image und Kundenzufriedenheit

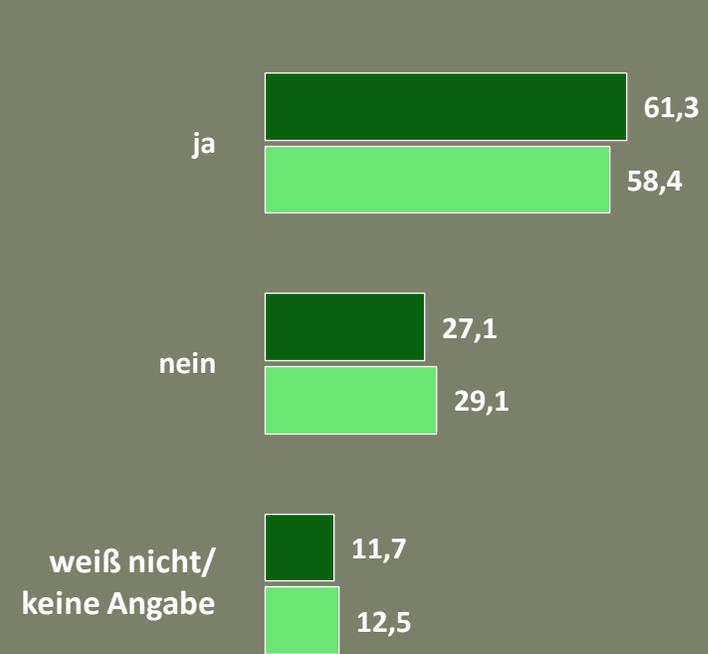
Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

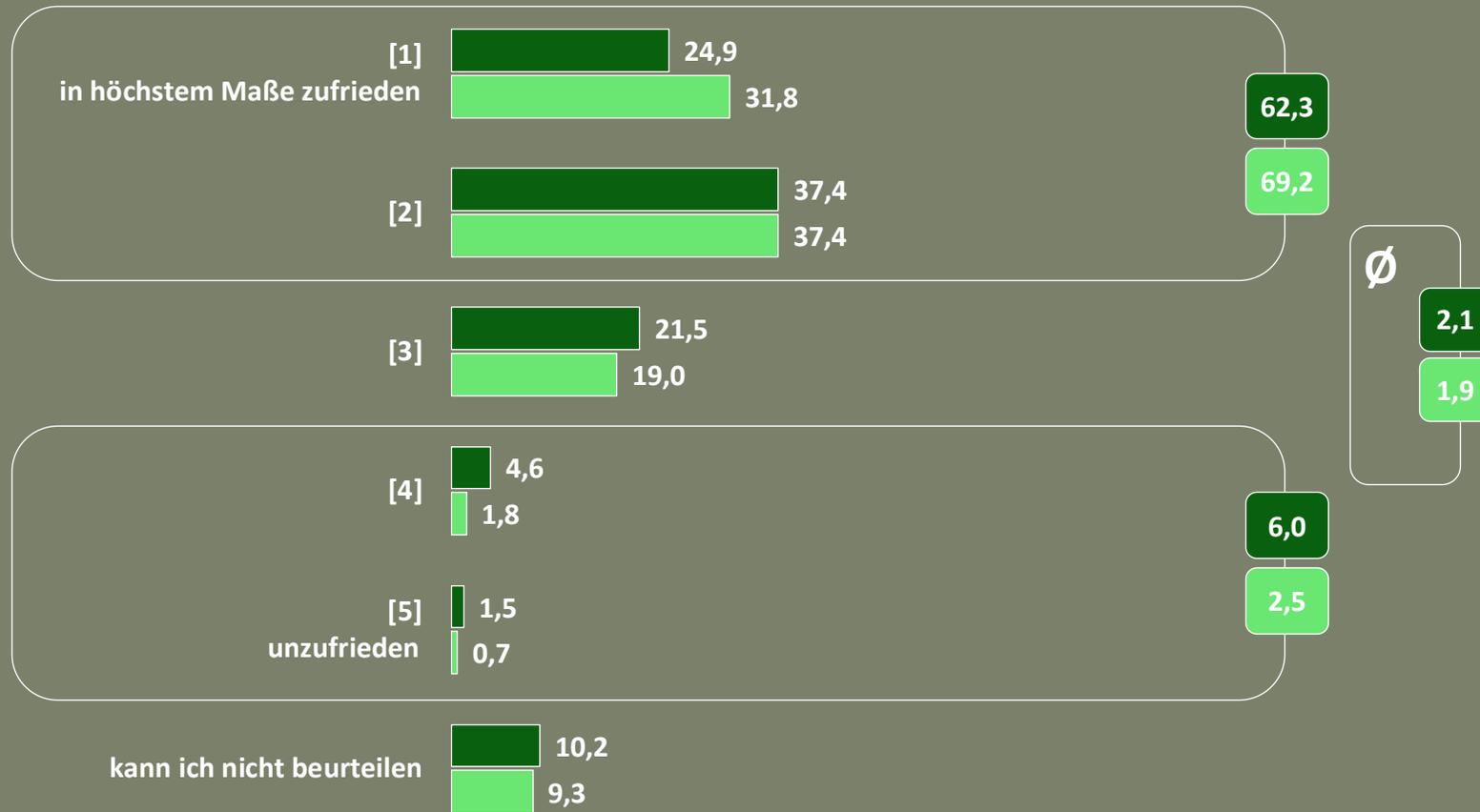


Frage GW1: Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?



Frage SW2: Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei Ihrem Stromversorger?

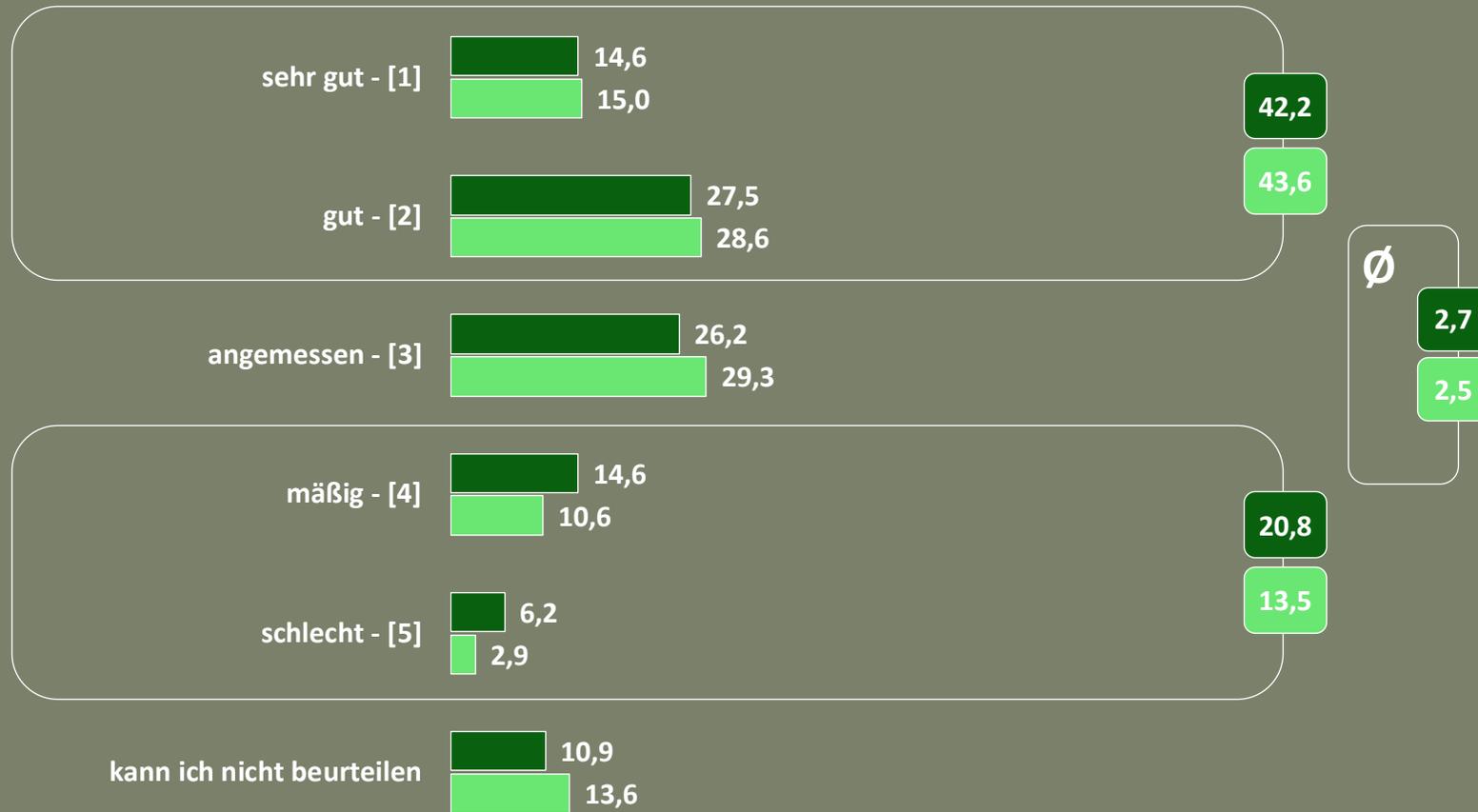
Zentrale Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz Erdgas



Frage 24: Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger?

Die Sicherheit der Erdgasversorgung wird kritischer gesehen!

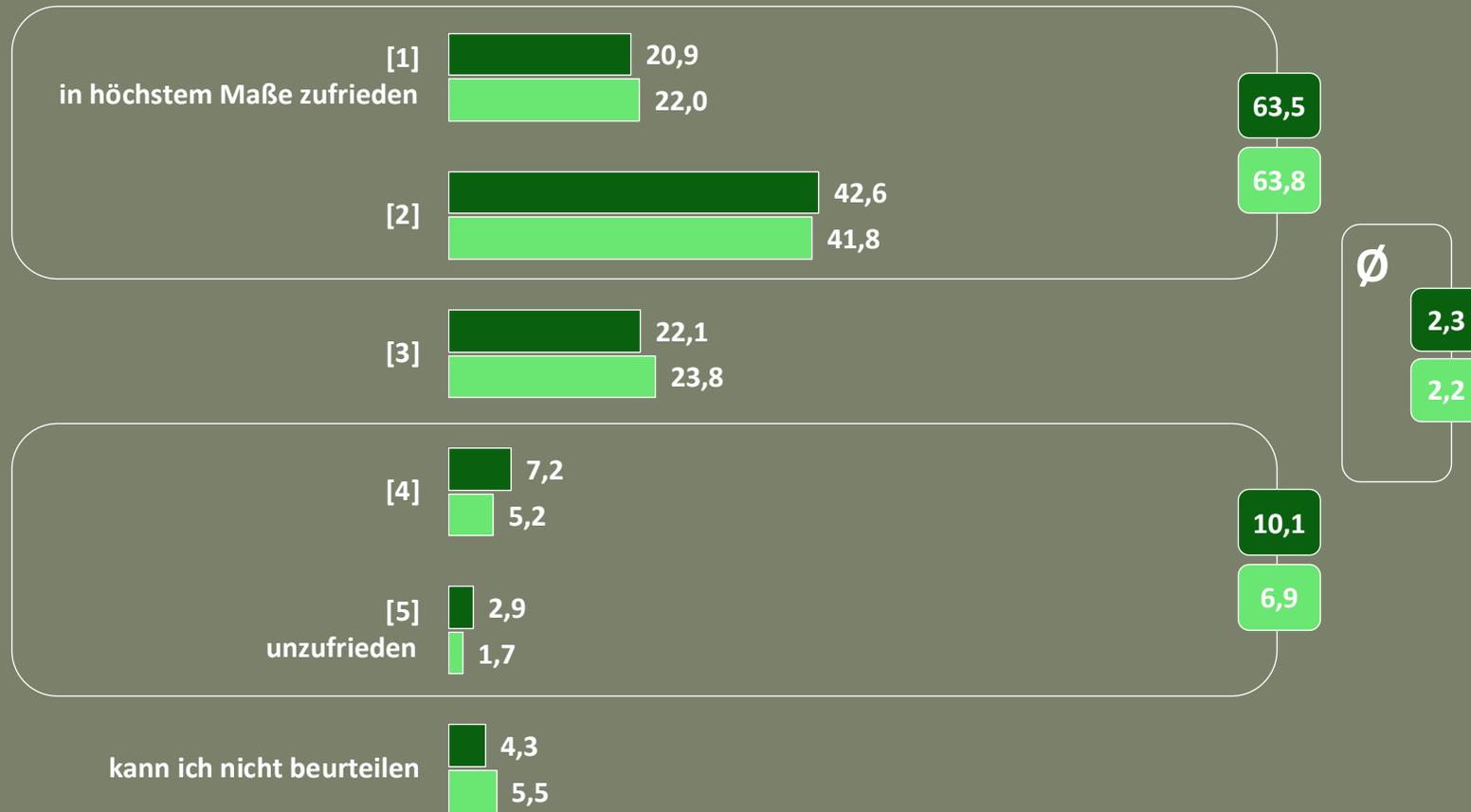
Preis-Leistungs-Verhältnis – Erdgas



Frage 25: 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 ...?

Das Preis-Leistungs-Verhältnis bei Erdgas wird deutlich schlechter bewertet!

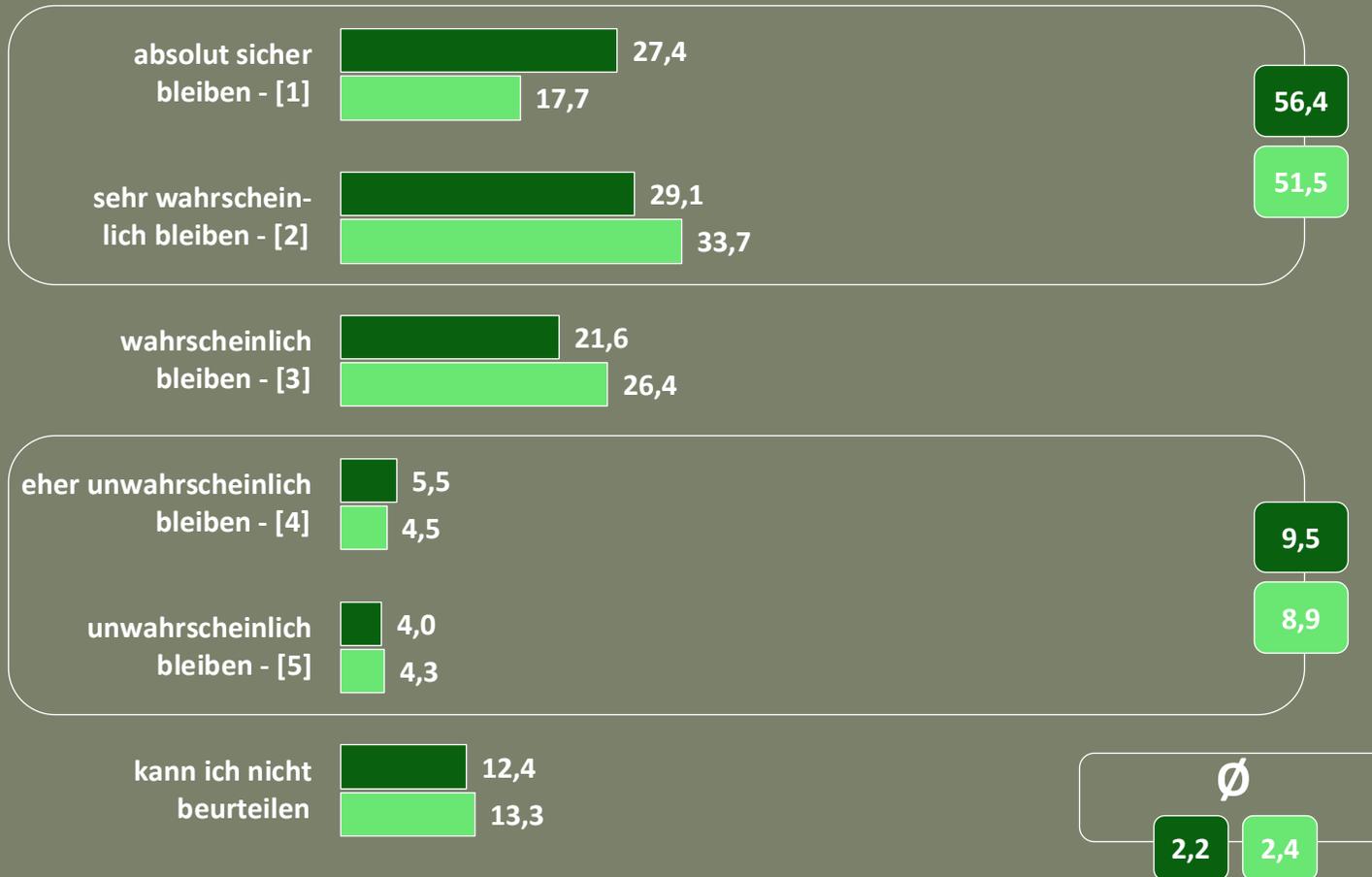
A'posteriori-Gesamtzufriedenheit – Erdgas



Frage 26: Wenn Sie sich Ihre Bewertungen noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Erdgasversorger?

Die A'posteriori-Gesamtzufriedenheit bei Erdgas fällt leicht schlechter aus.

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.	guter Service des bisherigen Anbieter
5.	regionaler Anbieter/vor Ort

n = 451

Gründe für den Wechsel	
1.	Gaspreis
2.	Wechselbonus
3.	unflexible Zahlungskonditionen

n = 55

Frage 27: Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Erdgasversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Erdgasversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Erdgasversorger bleiben? Würden Sie ...?

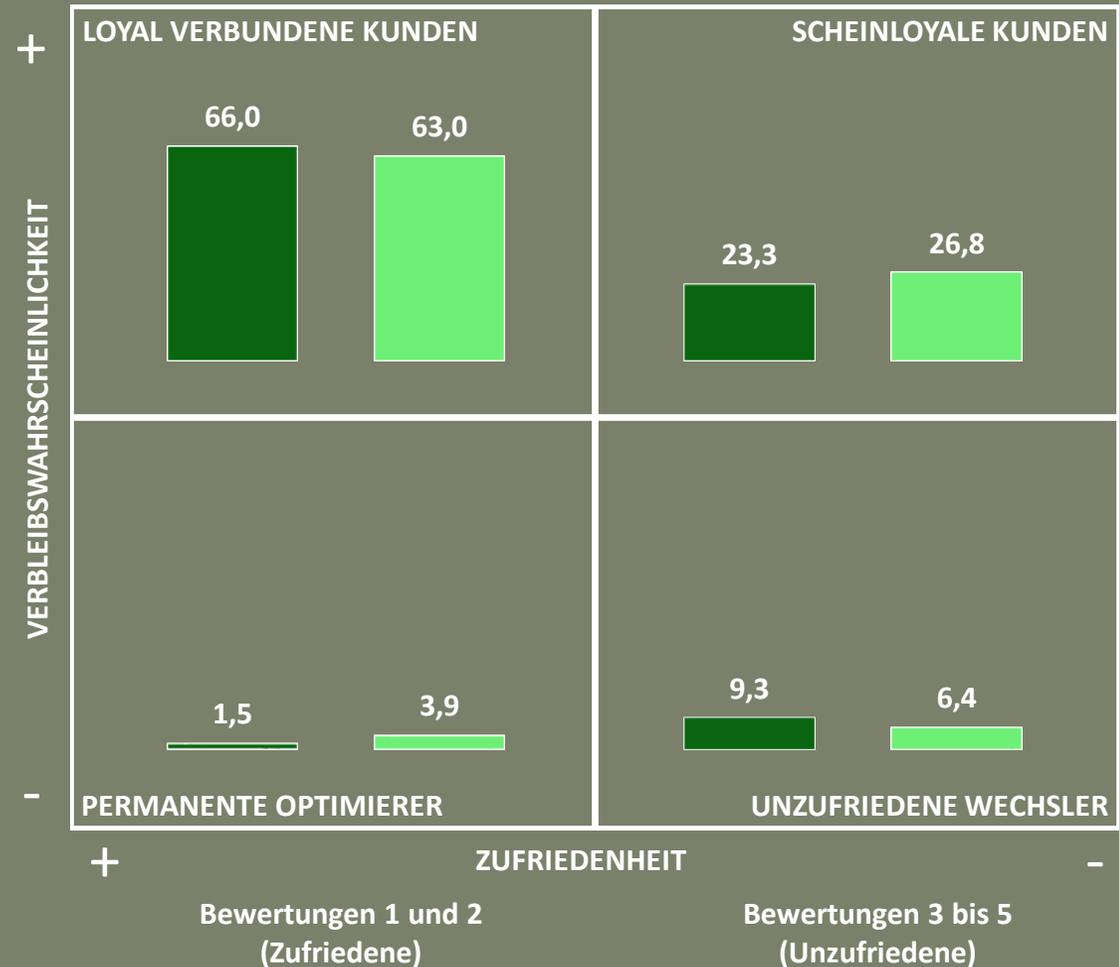
Die Verbleibswahrscheinlichkeit der Erdgaskunden ist deutlich gestiegen!

Zufriedenheit-Bindungs-Tableau – Erdgas

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

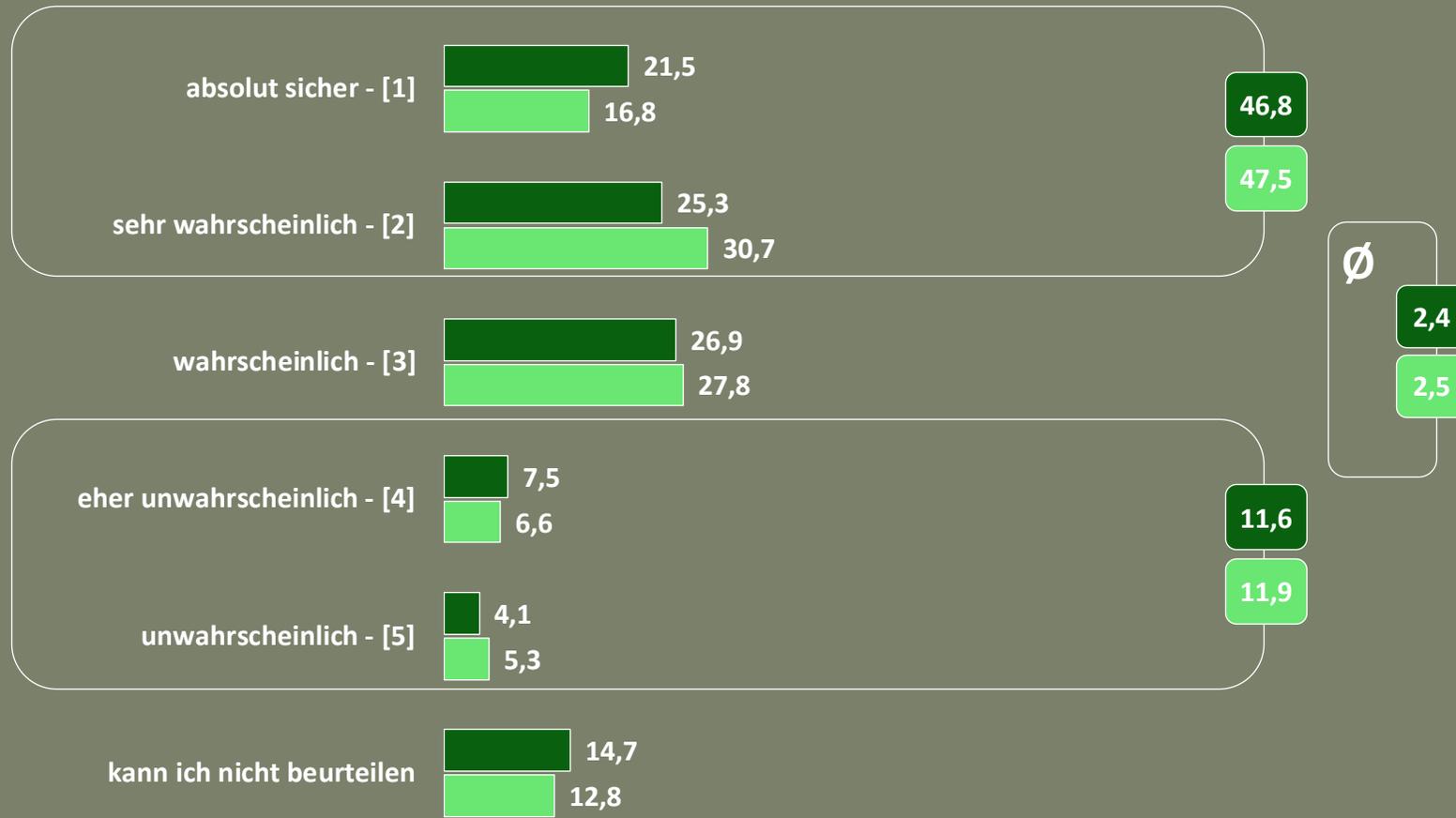
Bewertungen 1 bis 3
(absolut sicher bis
wahrscheinlich
bleiben)

Bewertungen 4 und 5
(eher unwahrscheinlich
und unwahrscheinlich
bleiben)



Der Anteil unzufriedene Wechsler hat leicht zugenommen.

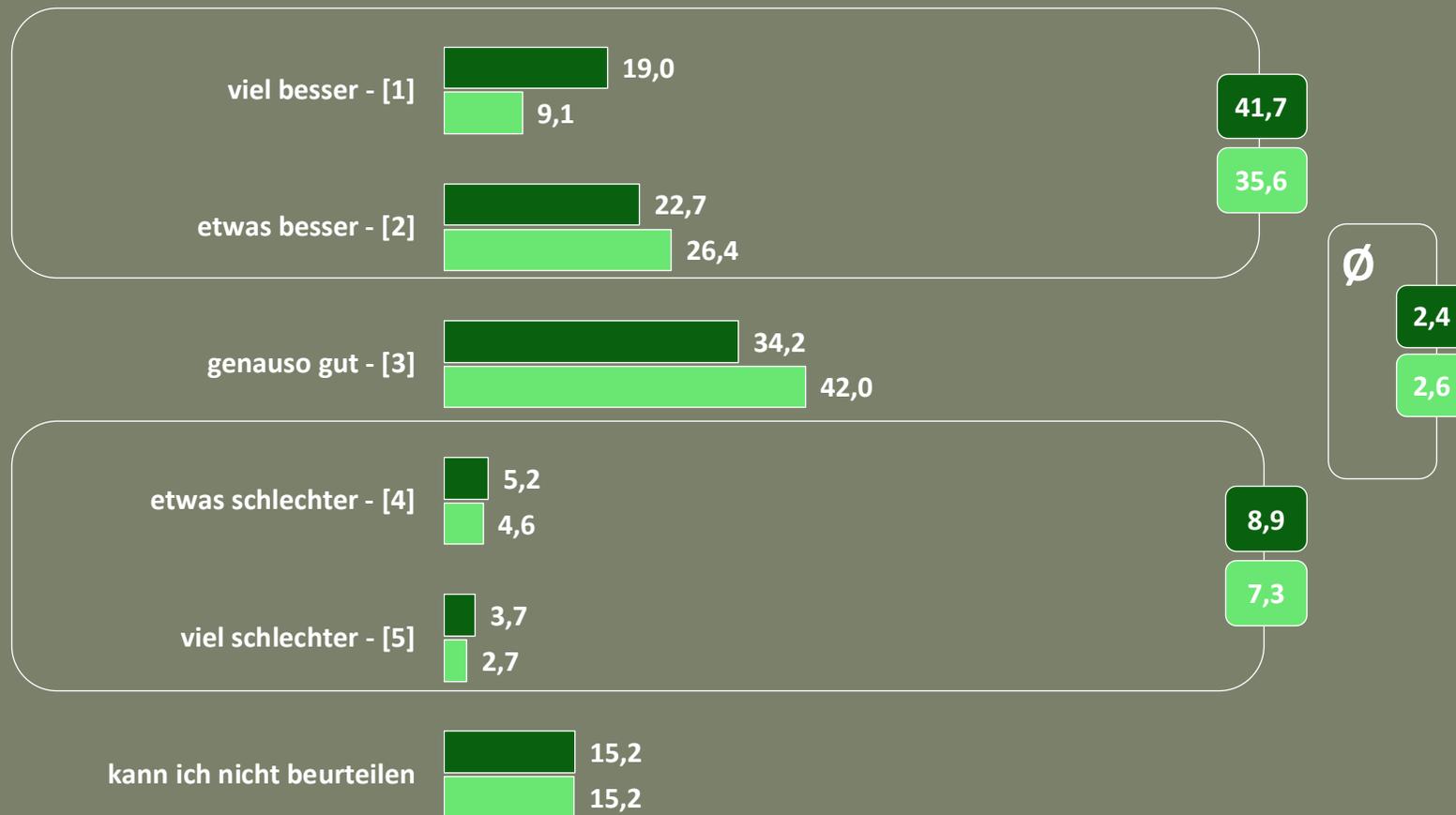
Weiterempfehlungsquote – Erdgas



Frage 28: Wenn Sie von einer befreundeten oder bekannten Person um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Erdgasversorger empfehlen würden? Wäre es ...?

Die Weiterempfehlungsbereitschaft zeigt eine positive Tendenz.

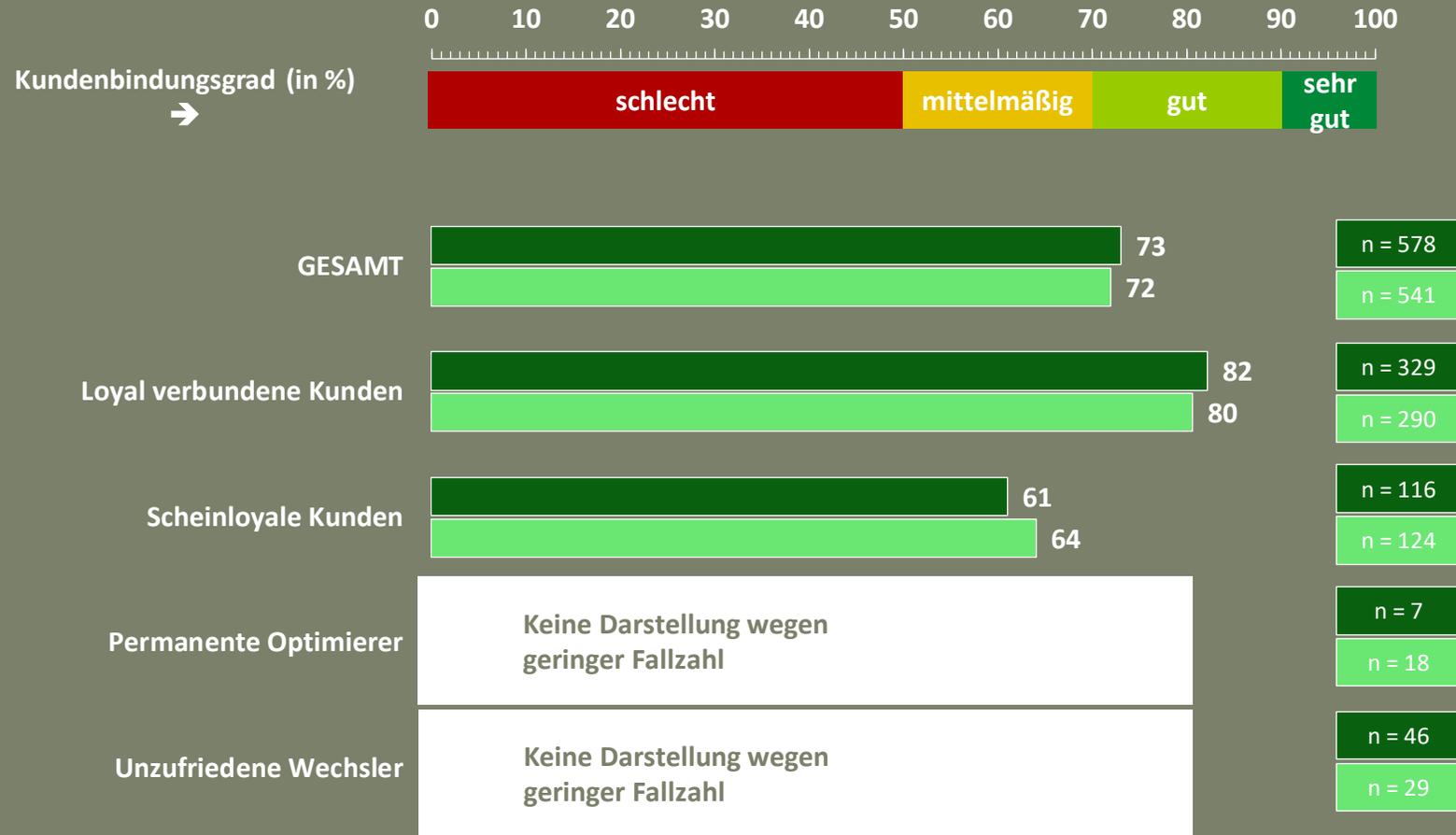
Erdgasversorger im Vergleich



Frage 29: Wenn Sie Ihren aktuellen Erdgasversorger mit Ihnen bekannten anderen Erdgasversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?

Der eigene Erdgasversorger wird deutlich häufiger für besser gehalten.

Kundenbindungsindex – Erdgas



Der Kundenbindungsindex ist leicht gestiegen und liegt auf gutem Niveau.

Ergebnisse im Überblick

Energieversorger in der Öffentlichkeit

E-Mobilität

Klimaschutz

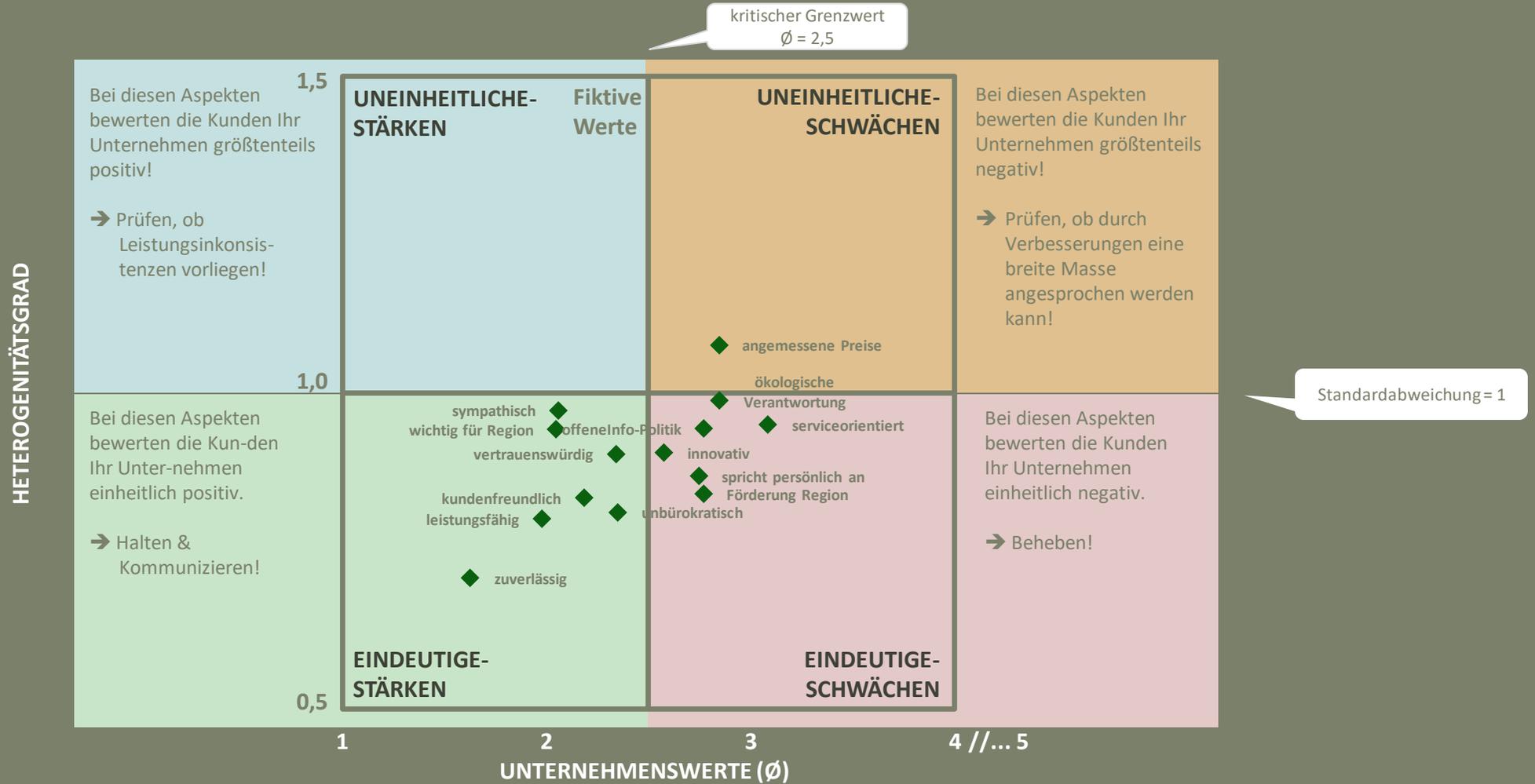
Image und Kundenzufriedenheit

Kundenbindung und Wettbewerb in der Stromwirtschaft

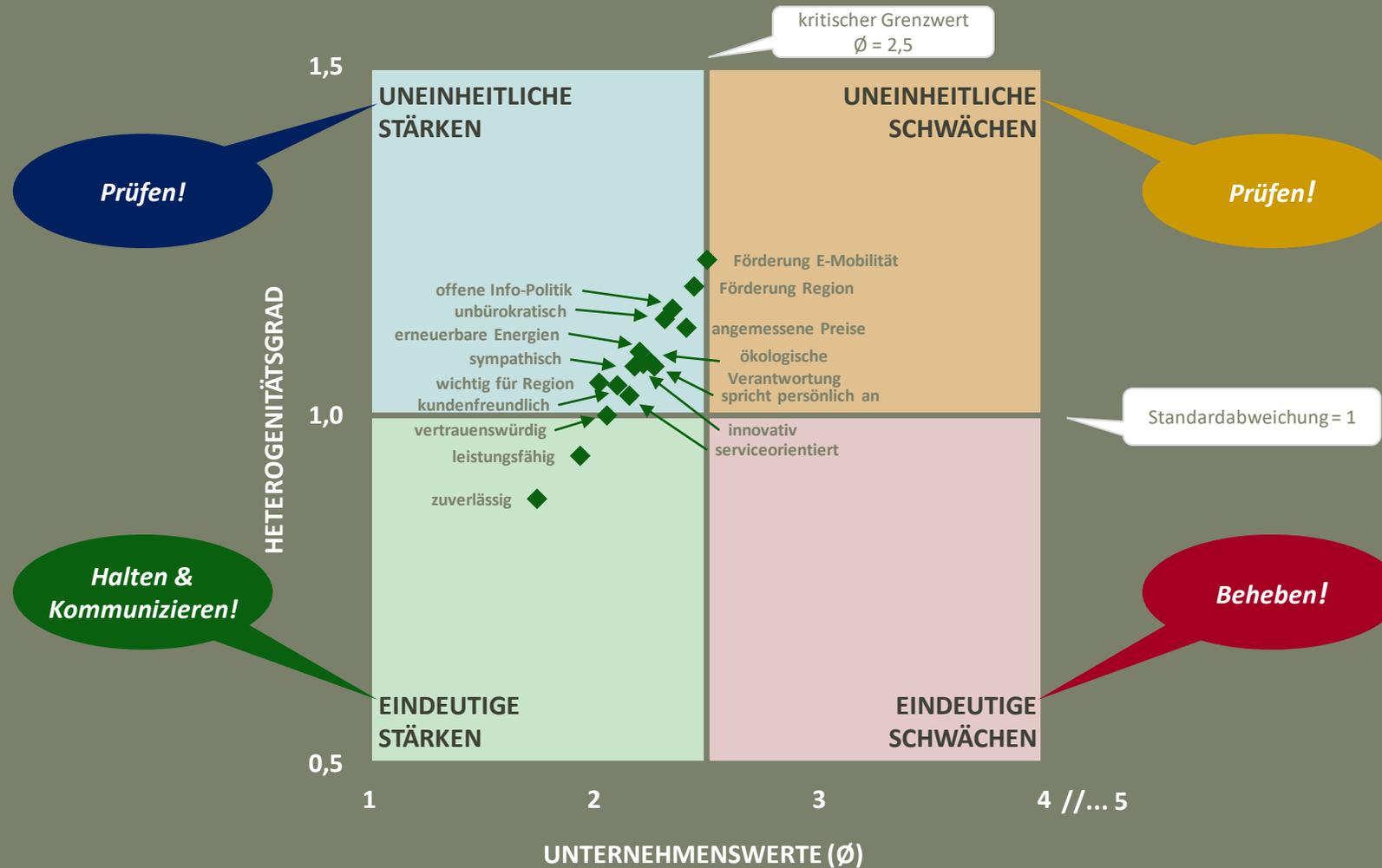
Kundenbindung und Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Handlungsfelder und Ansatzpunkte für EVU

Unternehmens-Check „Energieversorger“ – Erläuterung

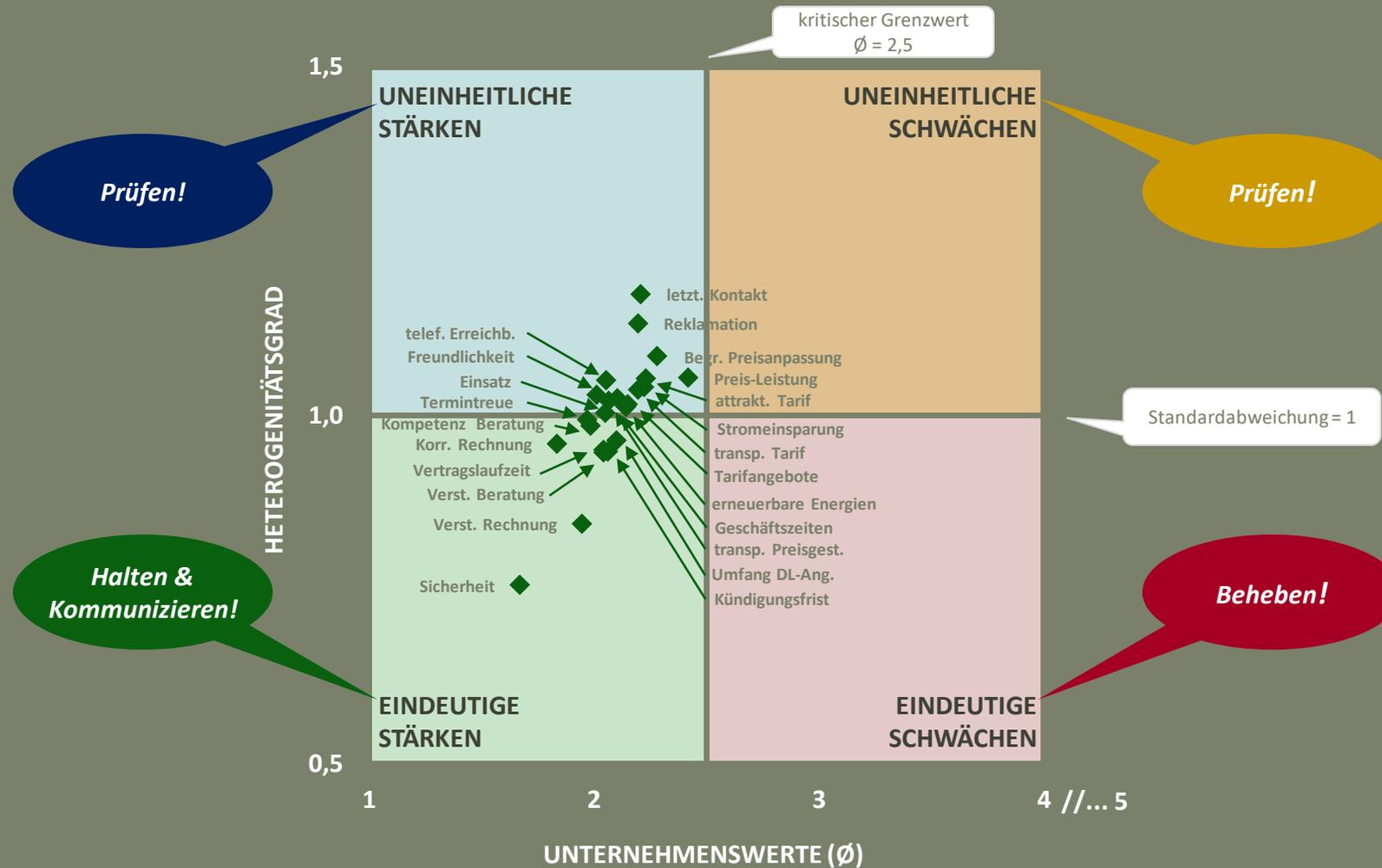


Unternehmens-Check „Energieversorger“ – Unternehmensimage



Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit sind eindeutige Stärken der EVU.

Unternehmens-Check „Energieversorger“ – Kundenzufriedenheit



Es zeigen sich keine Schwächen, außer tendenziell das Preis-Leistungs-Verhältnis.