

VDEW-Kundenfokus Haushaltskunden Bundesstudie 2006

Ergebnisbericht

November 2006

Wir machen Märkte *transparent*.



Ausgangslage und Anmerkungen	3
Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	4
Wichtigste Veränderungen im Zeitraum 1999 bis 2006	5
Untersuchungssteckbrief	7
Energieversorger in der Öffentlichkeit	8
Einflussgrößen auf die Kundenbeziehung	16
Wettbewerb in der Stromwirtschaft	36
Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft	52
Handlungsfelder/Ansatzpunkte auf Basis der aktuellen Kundenzufriedenheits-/Imageresultate	60
Ergebnisse der Modellanalyse	64
Anhang: Fragebogen	70



Ausgangslage

Im Auftrag des Verbandes der Elektrizitätswirtschaft (VDEW) wurde, wie bereits in den Jahren 1999 bis 2005, eine telefonische Repräsentativbefragung im gesamten Bundesgebiet durchgeführt. Schwerpunktthemen der Gemeinschaftsuntersuchung sind die Bekanntheit und Wahrnehmung von Stromversorgern, das Image und die Kundenzufriedenheit sowie Wechselabsichten und Wechselbarrieren. Der Fragebogen entspricht in weiten Teilen der in 2005 durchgeführten Untersuchung. Das Thema Erdgas wurde in diesem Jahr neu aufgenommen.

Insgesamt wurden auch in diesem Jahr 1.200 Haushaltskunden im gesamten Bundesgebiet anhand eines standardisierten Fragebogens telefonisch befragt. Die durchschnittliche Befragungsdauer betrug ca. 25 Minuten. Die Stichprobe wurde zufällig nach dem modifizierten RLD-Verfahren aus dem gesamten Bundesgebiet gezogen. Die Feldarbeit fand in der 42. bis 47. Kalenderwoche 2006 statt.

Anmerkungen

Der vorliegende Berichtsband zeigt den Vergleich der Ergebnisse des VDEW-Kundenfokus aus dem Jahr 2005 und der diesjährigen Befragung für das gesamte Bundesgebiet. Der Vergleich entfällt bei abgeänderten oder neuen Fragestellungen.

Bei der Ergebnisdarstellung von fünfstufigen Bewertungsskalen insbesondere bei Item-Batterien wurden zur besseren Veranschaulichung sogenannte „Top-2-Boxes“ und „Bottom-2-Boxes“ verwendet. Die „Top-2-Box“ beinhaltet alle positiven Bewertungen (z.B. auf einer Skala 1 bis 5 die Bewertungen 1 und 2), während die „Bottom-2-Box“ alle tendenziell negativen Äußerungen (also die Bewertungen 4 und 5) zusammenfasst. Die neutrale Nennung (Wert 3) bleibt bei dieser Betrachtung unbeachtet.

Der Bericht enthält die wichtigsten Gesamtergebnisse in grafischer Form. Ergebnisdifferenzierungen, z.B. nach Altersklassen und Geschlecht, können dem Tabellenband entnommen werden.

Energieversorger in der Öffentlichkeit

- ▶ E.ON weist die höchste ungestützte Bekanntheit auf (58,9%). Danach folgt RWE mit einem Anteil von 31,0%.
- ▶ Hauptwahrnehmungsquelle sind die Artikel/Berichterstattung in Tageszeitungen (23,7%) und die Anzeigen in Tageszeitungen (22,2%). 8,5% der Befragten haben nichts von ihrem Energieversorger wahrgenommen.
- ▶ Mehr als ein Drittel der Befragten können sich an Werbung ihres Energieversorgers erinnern. Die höchste Werbeerinnerung weisen Tageszeitung, Mailing-Aktionen und Plakate auf.
- ▶ Die Zufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt des Energieversorgers ist durchschnittlich.
- ▶ Rund zwei Drittel (67,3%) aller Befragten verfügt privat und/oder beruflich über einen Internetzugang. Mehr als ein Drittel dieser Internetnutzer haben die Internetseite ihres Energieversorger bereits besucht. Die Besucher waren zufrieden mit der Webseite ihres Energieversorgers.

Einflussgrößen auf die Kundenbeziehung

- ▶ Die Imagestärken der Energieversorger sind Zuverlässigkeit (Top-2: 90,2%), deren Wichtigkeit für die Region (Top-2: 79,9%) und die Leistungsfähigkeit (Top-2: 76,5%).
- ▶ Die Imageschwäche liegt im Bereich der Offenheit und Ehrlichkeit der Informationspolitik (Bottom-2: 23,2%).
- ▶ Die höchste Kundenzufriedenheit besteht bezüglich der sicheren und zuverlässigen Stromversorgung (Top-2: 85,9%) und der Korrektheit der Rechnung (Top-2: 73,9%). Preisliche und ökologische Aspekte werden tendenziell negativ bewertet, insbesondere die Transparenz der Preisgestaltung (Bottom-2: 33,7%) und die Aktivitäten, die zur Stromeinsparung bei den Kunden beitragen (Bottom-2: 25,6%).

- ▶ Das Preis-Leistungsverhältnis wird noch als angemessen bewertet.
- ▶ Die Gesamtzufriedenheit mit dem Energieversorger ist eher durchschnittlich (Top-2: 55,1%; 8,2% sind unzufrieden).

Wettbewerb in der Stromwirtschaft

- ▶ Bei mehr als jedem Vierten herrscht das Gefühl vor, nicht gut über die Tarife informiert worden zu sein.
- ▶ Der Informationsstand der Befragten über den Wettbewerb ist gering (Bottom-2: 47,9%).
- ▶ Die aktuelle Wechslerquote liegt bei 6,0%.
- ▶ Die Verbleibswahrscheinlichkeit der Kunden bei den Energieversorgern ist durchschnittlich (Top-2: 47,1%).
- ▶ Die Weiterempfehlungsquote als zusätzlicher Indikator für die Kundenbindung ist eher gering (Bottom-2: 22,3%).
- ▶ Der aktuelle Energieversorger wird von den Befragten überwiegend als genau so gut eingestuft wie andere Stromversorger (50,6%).
- ▶ Der Kundenbindungsindex beträgt 67%.

Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

- ▶ Die Zufriedenheit mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung ist hoch (Top-2: 83,0%).
- ▶ Das Preis-Leistungsverhältnis für Erdgas wird eher als mäßig beurteilt (Bottom-2: 34,1%).
- ▶ Die Verbleibswahrscheinlichkeit der Erdgaskunden bei ihrem Versorger ist durchschnittlich (Top-2: 46,6%).

Stromversorger in der Öffentlichkeit

Die bekanntesten Energieversorger in Deutschland sind nach wie vor die bundesweiten Anbieter E.ON, Yello und RWE.

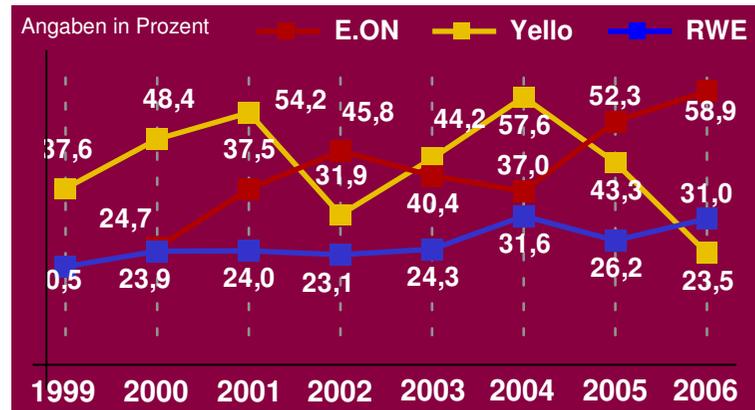


Abbildung: Ungestützte Bekanntheit von Energieversorgern

Der Anbieter E.ON erreicht mit 58,9% die mit Abstand höchste Bekanntheit. Dies entspricht einem Anstieg um 6,6% Prozentpunkte. RWE überschreitet wieder die 30%-Marke und erreicht mit einer Bekanntheit von 31,0% die zweite Position. Die Bekanntheit von Yello geht erneut zurück. Mit 23,5% fällt Yello hinter RWE erstmals auf die Dritte Position zurück.

Die Hauptwahrnehmungsquelle sind unverändert Artikel und Berichterstattung in Tageszeitungen mit 23,7%. Dies entspricht einer Abnahme um 0,8 Prozentpunkte. Dagegen haben Anzeigen in Tageszeitungen als Wahrnehmungsquelle um 4,0 Prozentpunkte zugenommen und liegen nun auf dem 2. Platz. Der Anteil der Kunden, die nichts von ihrem Energieversorger wahrgenommen haben (8,5%), hat weiter abgenommen (1999: 28,8%, 2000: 18,7%, 2001: 19,1%, 2002: 13,7%, 2003: 11,3%, 2004: 12,6%, 2005: 12,0%).

Einflussgrößen auf die Kundenbeziehung

Das Image der Energieversorger weist gegenüber dem Vorjahr insgesamt eine leicht negative Tendenz auf. Als besondere Imagestärke wird weiterhin die Zuverlässigkeit (-4,0 Prozentpunkte im Top-Bereich) angesehen. Besonders ausgeprägt ist die negative Entwicklung bei dem Ansehen insgesamt (Top-2: -9,8 Prozentpunkte).

Die Aspekte der Kundenzufriedenheit werden insgesamt leicht negativer bewertet als im Vorjahr. Die Bewertung der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung, der Kernkompetenz der Energieversorger, ist im Top-Bereich mit 85,9% gesunken (-5,4 Prozentpunkte). Insbesondere preisliche Aspekte werden deutlich negativer beurteilt. Die Verständlichkeit der Rechnung (Bottom-2: +9,7 Prozentpunkte) und die Transparenz der Rechnung (Bottom-2: +6,4 Prozentpunkte) werden deutlich schlechter beurteilt als in 2005.

Entgegen dem Trend werden die Geschäfts- und Öffnungszeiten der Kundenzentren bzw. Beratungseinrichtungen der Energieversorger leicht besser beurteilt als im Vorjahr (Top-2: +3,9 Prozentpunkte).

Die Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses wurde erstmals seit 2001 gegenüber dem Vorjahr wieder besser bewertet. Nach dem Tiefpunkt im Vorjahr stieg der Top-2-Anteil um 5,2 Prozentpunkte auf 26,3%.



Abbildung: Top-2-Box Preis-Leistungsverhältnis

Die durchschnittliche Bewertung hat sich gegenüber dem vergangenen Jahr von 3,2 auf 3,1 verbessert. Allerdings ist der Anteil der negativen Bewertung erneut auf 34,2% gestiegen (2005: 30,3%, 2004: 22,5, 2003: 19,0%, 2002: 11,9%, 2001: 10,8%, 2000: 13,7%, 1999: 18,9%).

Mit einer Gesamtzufriedenheit von 55,1% und einem Rückgang um 4,5 Prozentpunkte gegenüber 2005 setzt sich die negative Entwicklung des Vorjahres fort.

Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Seit 1999 sind die Wechsleranteile gering und verzeichneten innerhalb von 5 Jahren auch nur geringe Zuwächse. Entgegen diesem Trend stiegen die Wechselanteile von 2005 nach 2006 um 1,0 Prozentpunkt.



Abbildung: Wechslerquote

Immer noch sind mangelnde Kenntnisse der Kunden hinsichtlich des Wechselvorgangs ausschlaggebend für den Verbleib beim jetzigen Stromversorger: 2005 gaben 8,5% an, dass sie ihren Stromversorger in naher Zukunft wahrscheinlich wechseln würden, 2006 ist diese Gruppe auf 12,8% angestiegen, gleichzeitig verzeichnen die „sicher Verbleibenden“ ebenfalls einen Anstieg auf 47,1% (2002: 58,3%, 2003: 60,2%, 2004: 47,6%, 2005: 43,2%).

VDEW-Kundenfokus Haushalte

Untersuchungsanlage

Standardisierter Fragebogen
Interviewdauer: ca. 25 Minuten
Entwicklung: VDEW/promit
Wiederholung im jährlichen Rhythmus
Stichprobenverfahren: RLD-Technik

Inhalte

Bekanntheit & Wahrnehmung
Image & Kundenzufriedenheit
Wechselabsichten & Wechselbarrieren

VDEW-Kundenfokus Haushalte Studie 2006

Repräsentativbefragung im Bundesgebiet
n = 1.200

VDEW-Kundenfokus Haushalte Studie 2005

Repräsentativbefragung im Bundesgebiet
n = 1.200

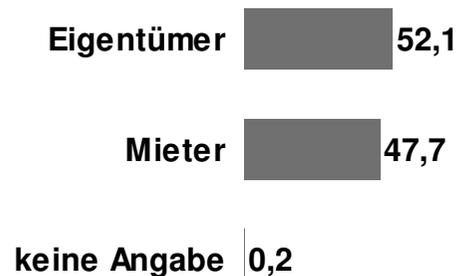


Demografische Merkmale der Studie 2006

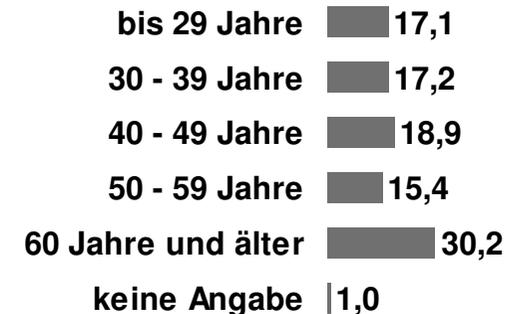
Geschlecht



Wohnstatus



Alter



Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

Wahrnehmung von Werbung der Energieversorger

Gesamtzufriedenheit mit der Werbung der Energieversorger

Gesamtzufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt der Energieversorger

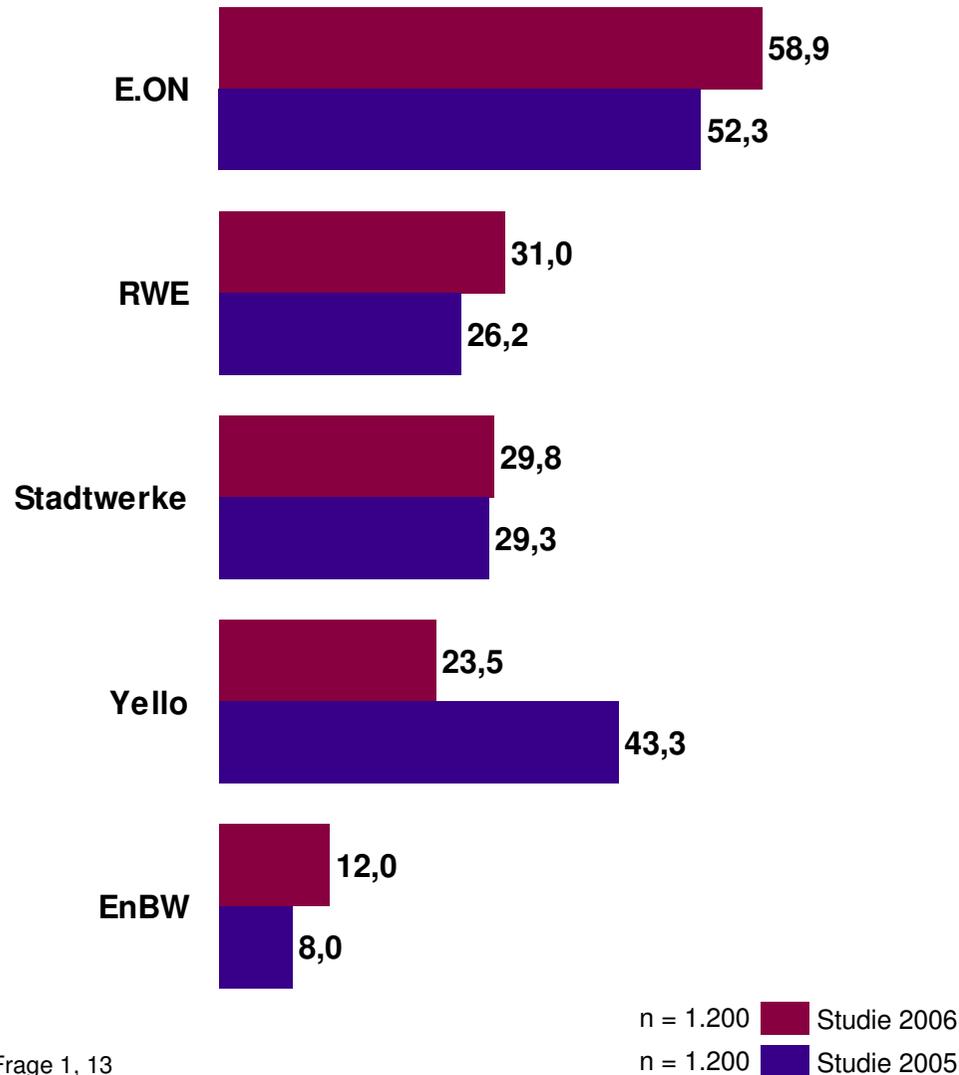
Energieversorger im Internet

Gesamtbewertung des Internetauftritts der Energieversorger

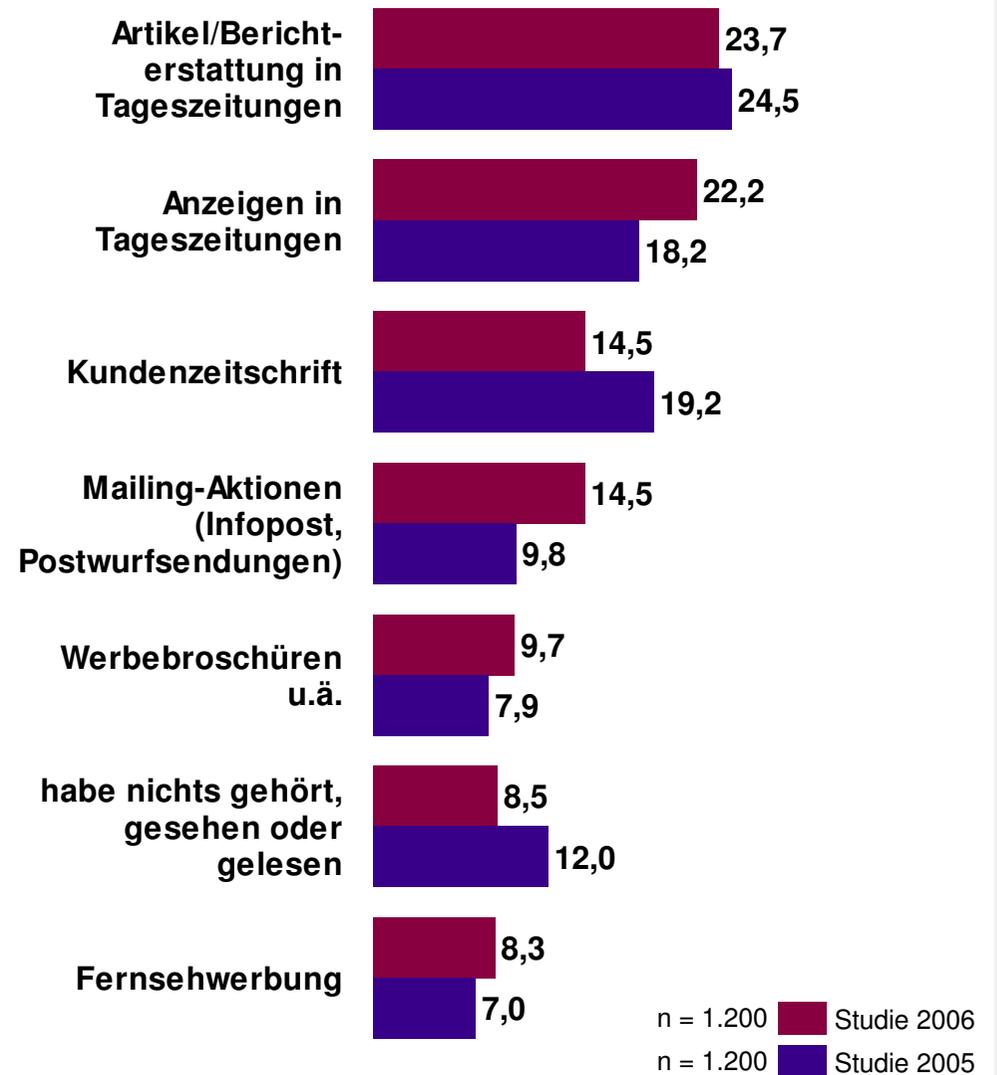
Zusammenfassung der Ergebnisse – Energieversorger in der Öffentlichkeit

Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

Welche Energieversorger, Energieanbieter bzw. Energiemarken fallen Ihnen spontan ein?
(die fünf häufigsten Nennungen)



Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen?
(die sieben häufigsten Nennungen)

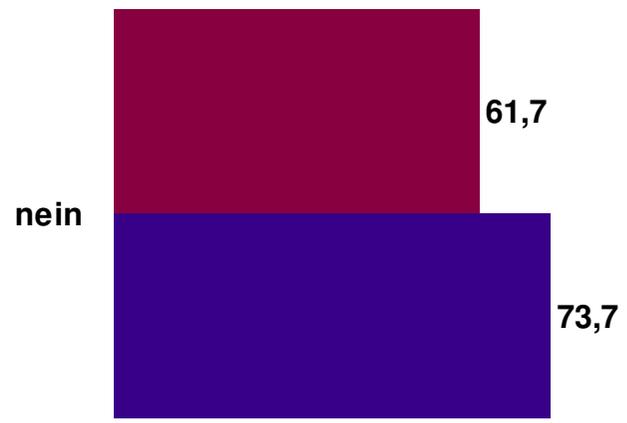
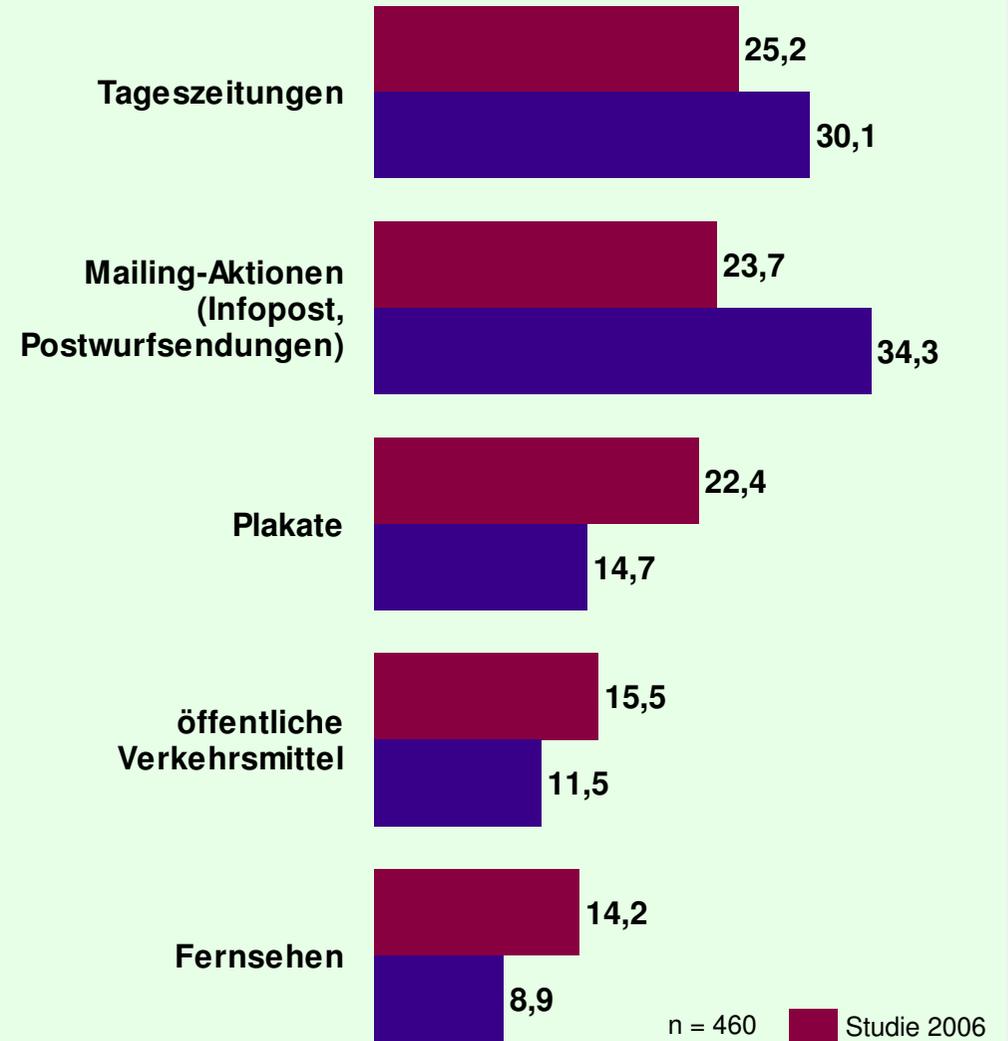
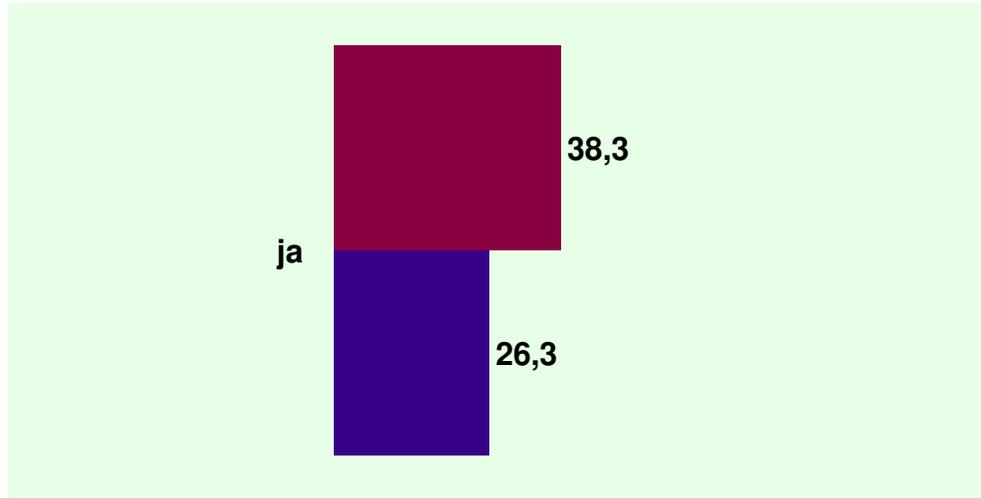


Frage 1, 13
Angaben in Prozent

Wahrnehmung von Werbung der Energieversorger

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

Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers gehört, gesehen oder gelesen?
(die fünf häufigsten Nennungen)



n = 1.200 Studie 2006
n = 1.200 Studie 2005

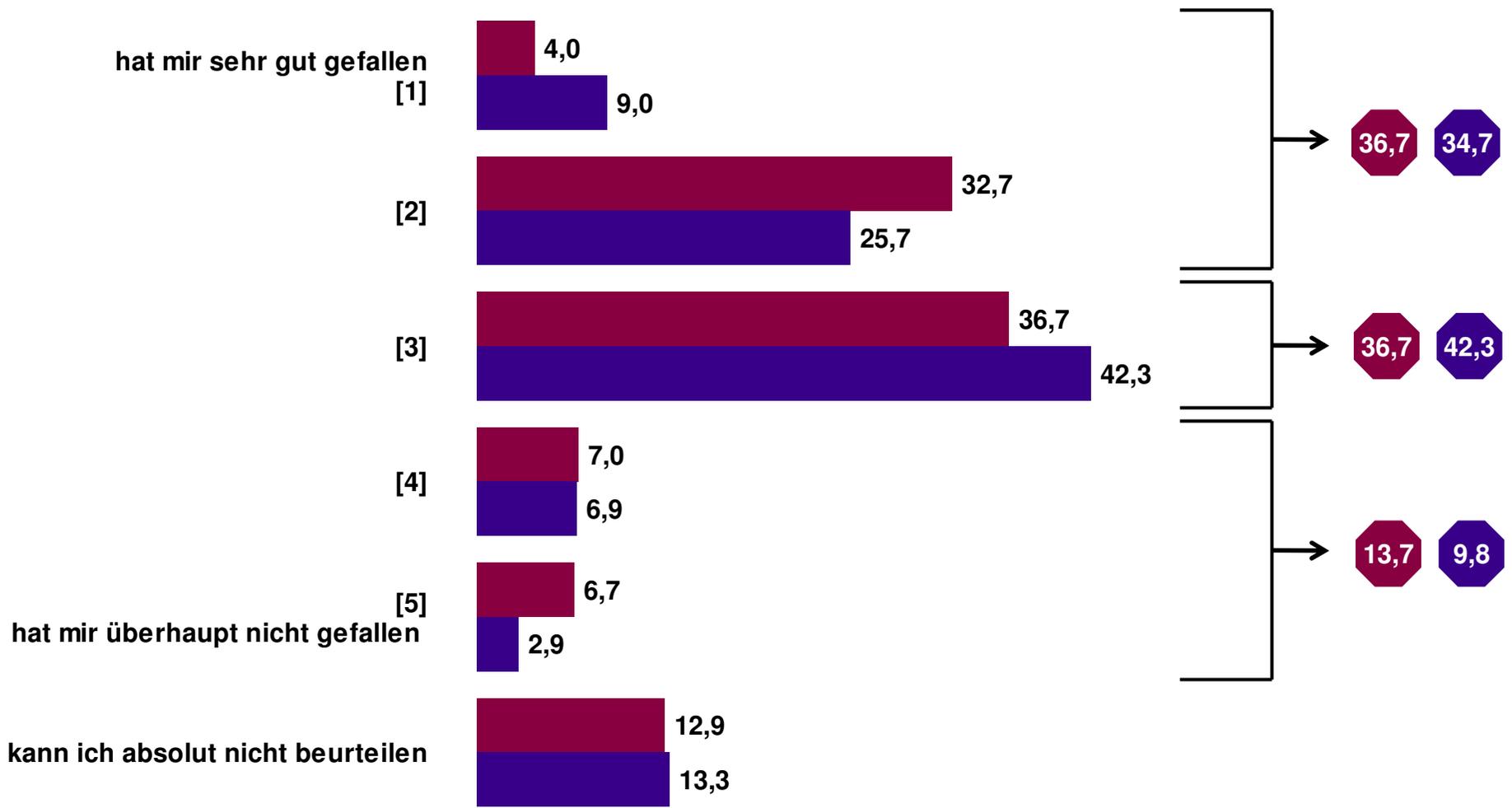
n = 460 Studie 2006
n = 315 Studie 2005

Frage 14, 14.1

Angaben in Prozent

Gesamtzufriedenheit mit der Werbung der Energieversorger

Wie hat Ihnen die Werbung insgesamt gefallen?



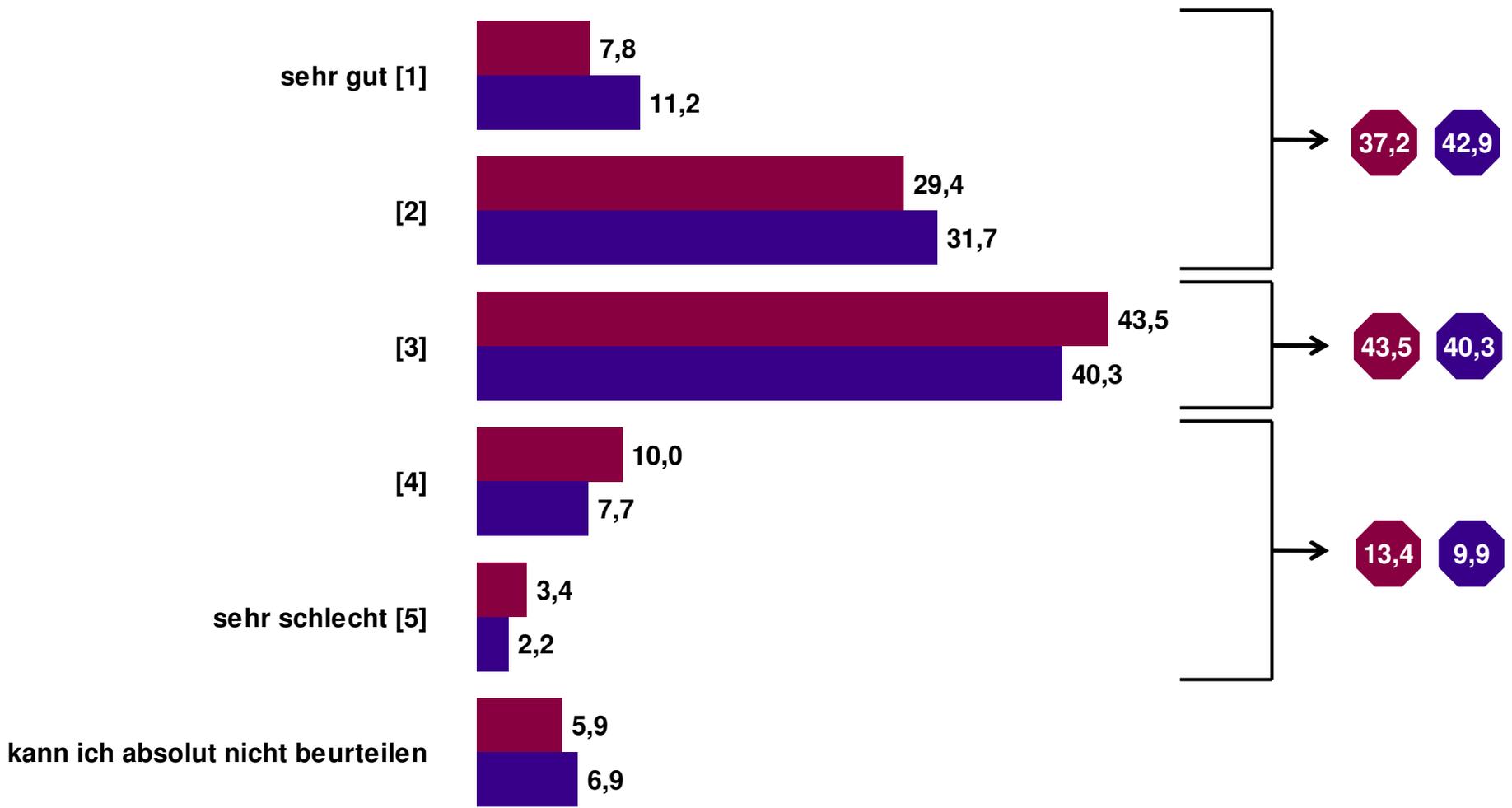
n = 460 Studie 2006 Ø = 2,8
 n = 315 Studie 2005 Ø = 2,6

Frage 14.2

Angaben in Prozent

Gesamtzufriedenheit mit dem öffentlichen Auftritt der Energieversorger

Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers?



n = 1.200 Studie 2006 Ø = 2,7
 n = 1.200 Studie 2005 Ø = 2,5

Frage 15

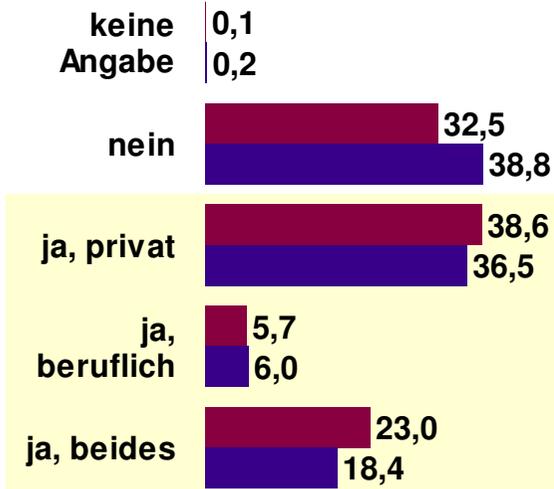
Angaben in Prozent



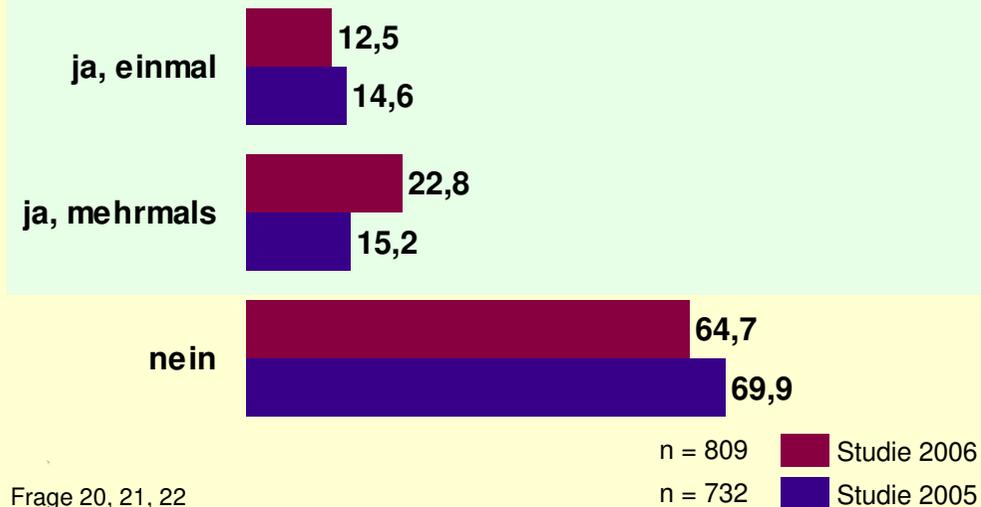
Energieversorger im Internet

Verfügen Sie privat oder beruflich über einen Internetzugang?

n = 1.200 Studie 2006
n = 1.200 Studie 2005



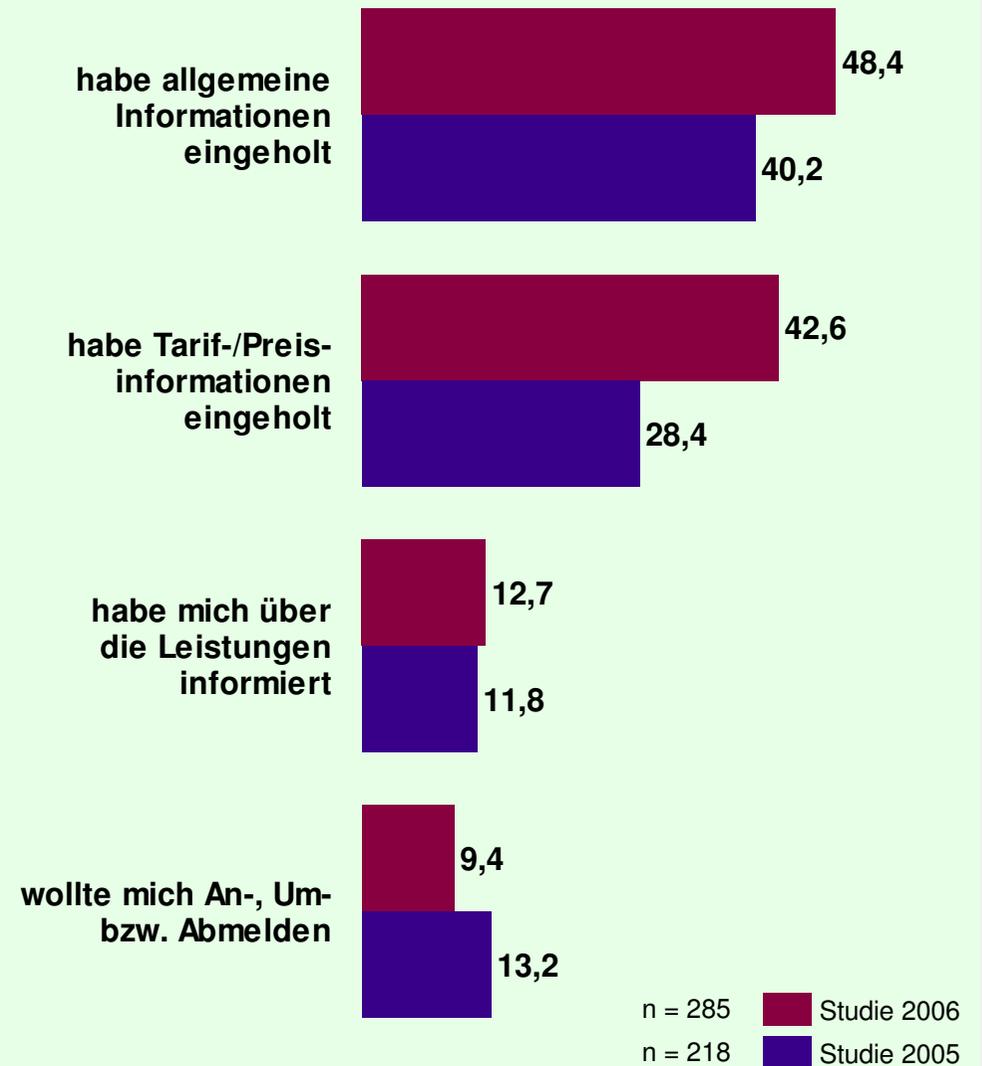
Haben Sie die Internet-Seite Ihres Energieversorgers schon einmal oder mehrmals besucht?



Frage 20, 21, 22

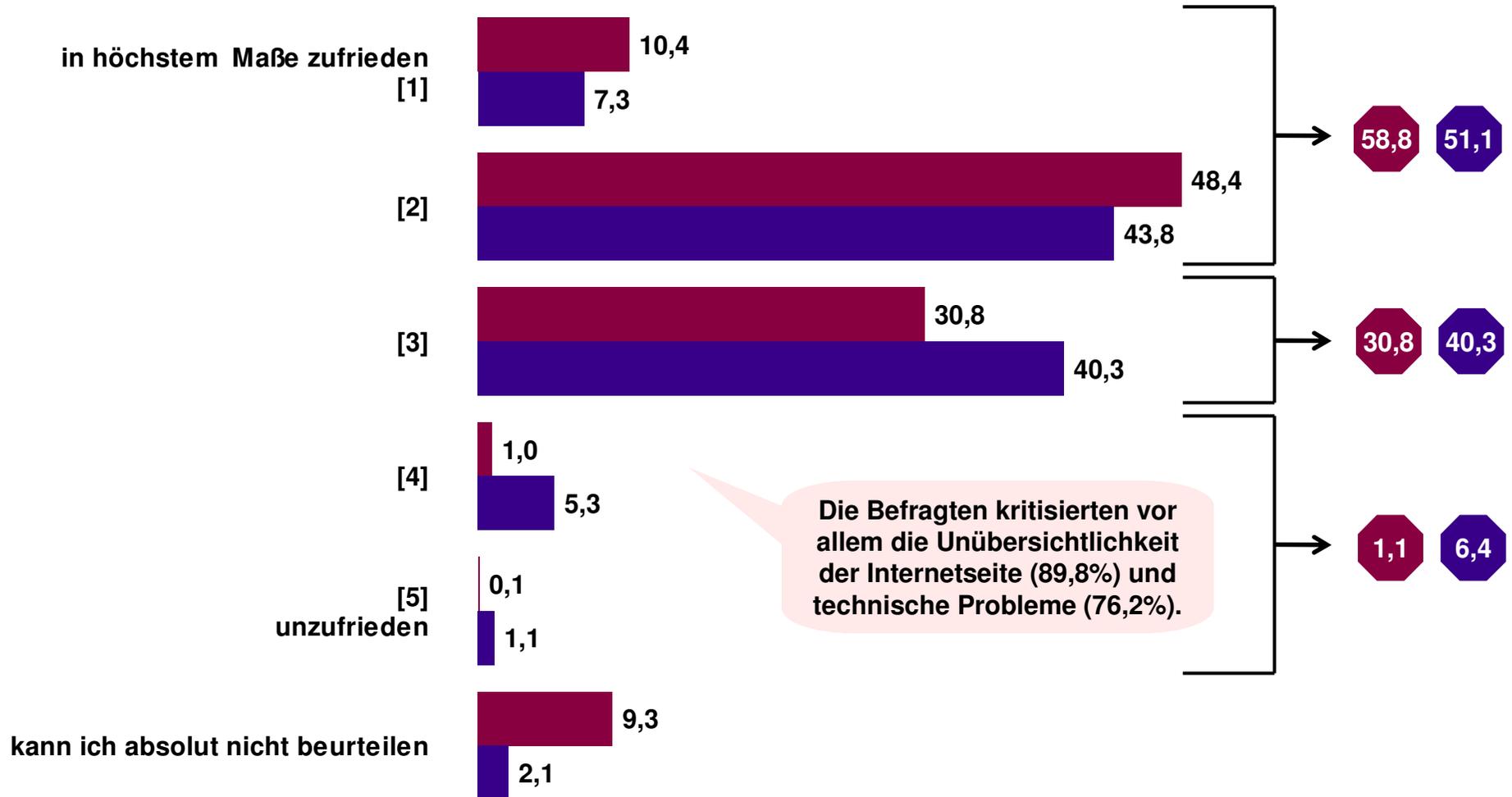
Angaben in Prozent

Aus welchen Gründen haben Sie die Internet-Seite Ihres Energieversorgers schon besucht? (die vier häufigsten Nennungen)



Gesamtbewertung des Internetauftritts des Energieversorgers

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Webseite Ihres Energieversorgers?



Frage 22.1, 22.2

Angaben in Prozent

n = 285 Studie 2006 Ø = 2,2
 n = 218 Studie 2005 Ø = 2,5

Bekanntheit von Energieversorgern und Wahrnehmungsquellen

E.ON verfügt über den höchsten ungestützten Bekanntheitsgrad (58,9%), gefolgt von RWE (31,0%) und den Stadtwerken (29,8%).

Die Energieversorger werden hauptsächlich über Tageszeitungen wahrgenommen, an erster Stelle über Artikel/Berichterstattungen (23,7%), dahinter folgen Anzeigen (22,2%). 8,5% der Kunden haben in letzter Zeit nichts über ihren Energieversorger gehört, gesehen oder gelesen.

Gesamtzufriedenheit mit der Werbung und dem öffentlichen Auftritt des Energieversorgers

38,3% haben in letzter Zeit Werbung ihres Energieversorgers wahrgenommen, hauptsächlich über Tageszeitungen (25,2%), Mailing-Aktionen (23,7%) und Plakate (22,4%). Die Werbung wird insgesamt mit einer Durchschnittsnote von 2,8 bewertet, den öffentlichen Auftritt ihres Energieversorgers bewerten 37,2% der Kunden mit gut oder sehr gut (Ø 2,7).

Internetnutzung, Energieversorger im Internet & Zufriedenheit mit der Webseite des Energieversorgers

67,3% der Haushaltskunden verfügen über einen Internetzugang, davon haben 35,3% die Seite einmal (12,5%) oder mehrmals (22,8%) besucht, vor allem um allgemeine Informationen einzuholen (48,4%). Insgesamt finden 58,8% der Besucher die Webseite ihres Energieversorgers sehr gut bzw. gut.

A'priori-Gesamtzufriedenheit mit dem Energieversorger

Image der Energieversorger

Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit

Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

Kontakte mit den Energieversorgern (Häufigkeit, Art, Anlass und Bewertung)

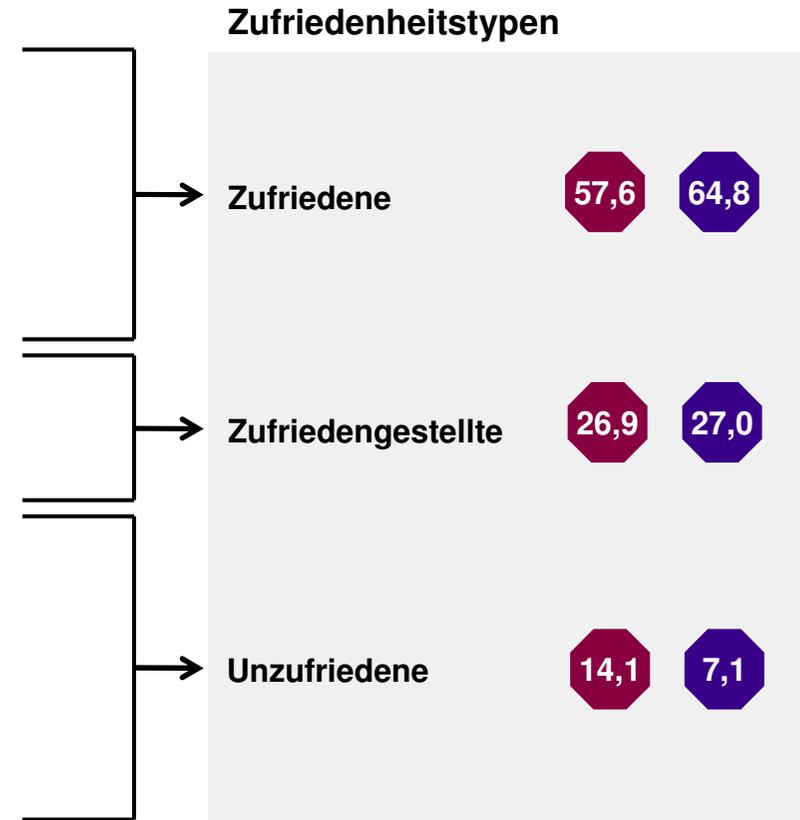
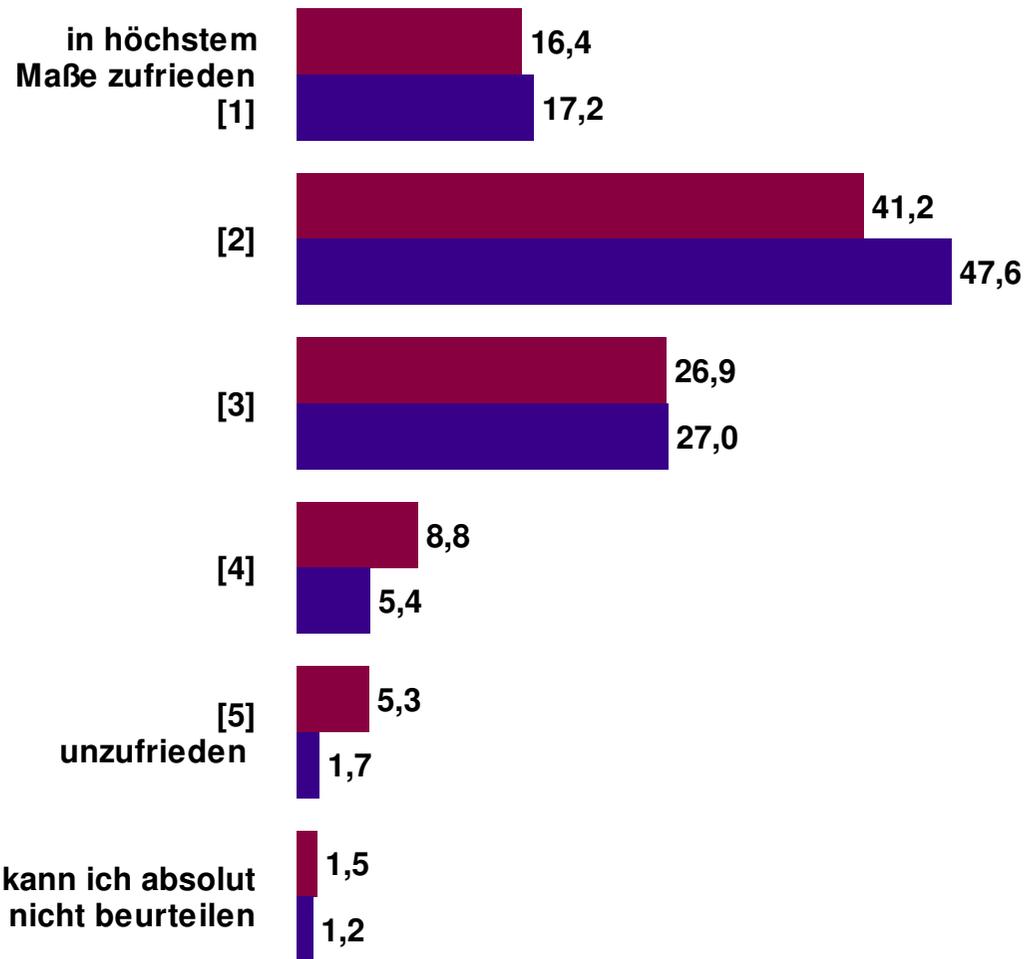
A'posteriori-Gesamtzufriedenheit

Charakterisierung der Zufriedenheitstypen

Zusammenfassung der Ergebnisse – Einflussgrößen auf die Kundenbeziehung

A'priori-Gesamtzufriedenheit mit den Energieversorgern

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



n = 1.200 ■ Studie 2006 Ø = 2,4
 n = 1.200 ■ Studie 2005 Ø = 2,3

Frage 12

Angaben in Prozent

Image der Energieversorger (Teil 1)

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.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

2,5

... ist ein leistungsfähiges Unternehmen

0,7

3,3 76,5

1,9 74,4

1,0

... ist ein zuverlässiger Versorger

0,3

1,4 90,2

1,0 94,2

6,8

... arbeitet unbürokratisch

13,5

12,4 54,3

10,5 54,7

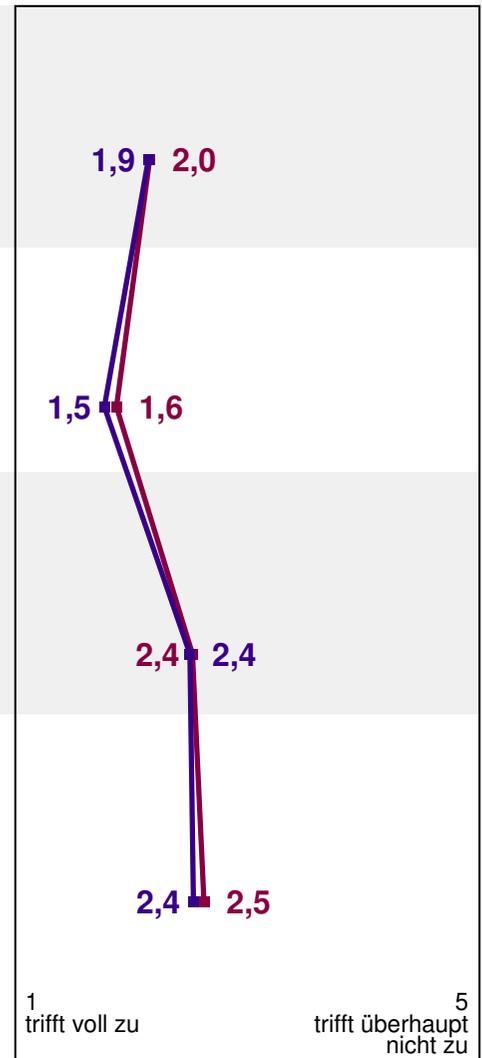
8,5

... ist innovativ

9,4

12,9 48,1

7,5 51,8



Frage 16

Angaben in Prozent

n = 1.200 Studie 2006 | n = 1.200 Studie 2005

Image der Energieversorger (Teil 2)

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.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

2,1

4,2

... ist kundenfreundlich

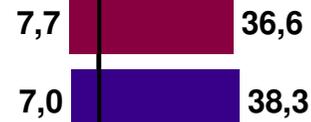


2,1 | 2,2

25,2

29,0

... sorgt für eine umwelt-schonende Stromerzeugung



2,4 | 2,5

25,1

33,6

... unterstützt die erneuerbaren Energieformen wie Sonne, Wind und Wasser



2,6 | 2,7

7,1

11,5

... betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik



2,7 | 2,8

1 trifft voll zu | 5 trifft überhaupt nicht zu

Frage 16

n = 1.200 Studie 2006 | n = 1.200 Studie 2005

Angaben in Prozent

Image der Energieversorger (Teil 3)

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.

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

2,2

3,1

... ist wichtig für die Region

5,4 79,9

2,9 77,5

1,9 2,0

6,0

7,5

... ist sympathisch

10,2 53,7

8,3 57,9

2,3 2,4

2,8

2,9

... hat bei mir insgesamt ein hohes Ansehen

14,3 48,3

7,3 58,5

2,3 2,5

1 trifft voll zu | 5 trifft überhaupt nicht zu

Frage 16

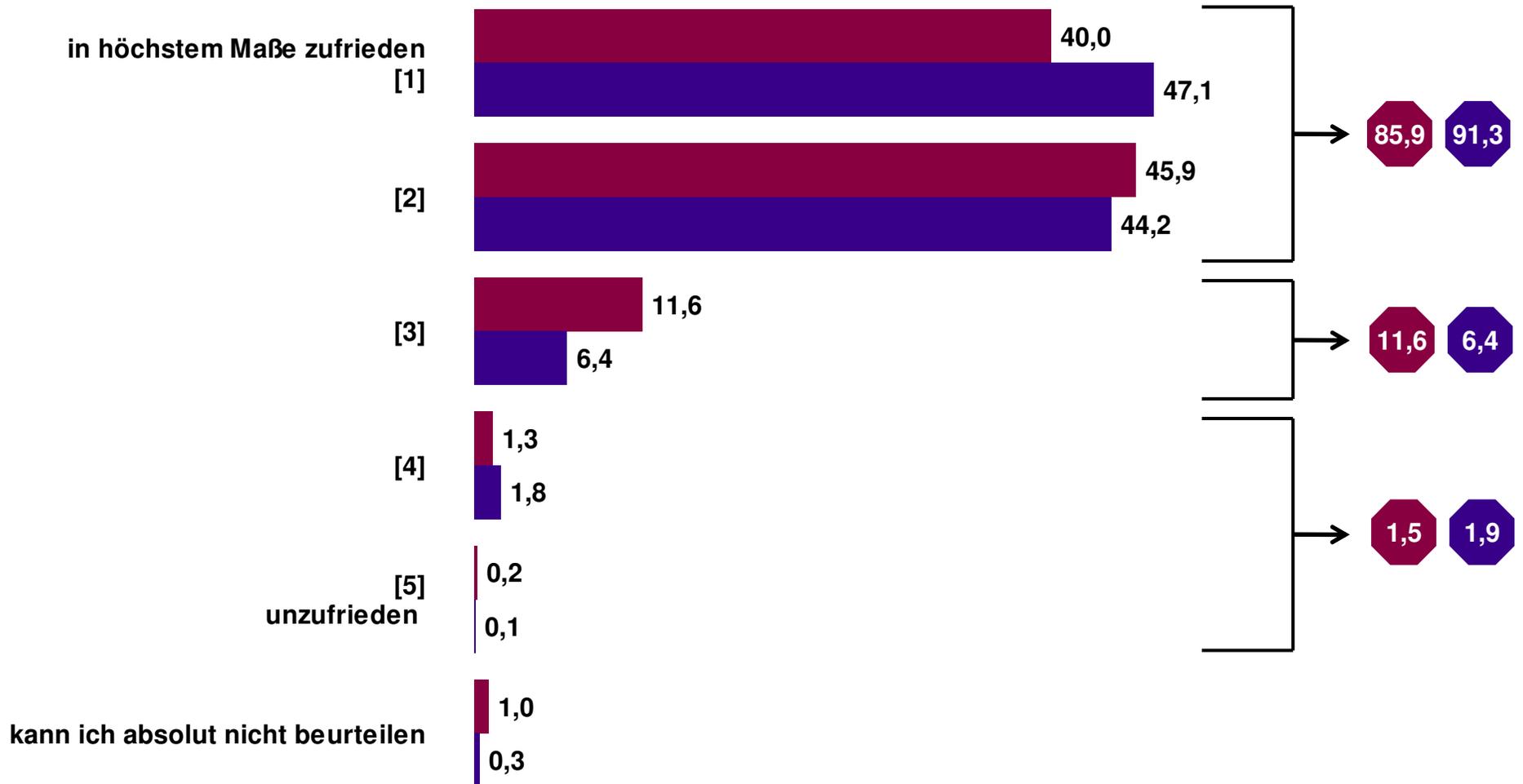
Angaben in Prozent

n = 1.200 Studie 2006 | n = 1.200 Studie 2005

Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kernkompetenz

Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers?

- Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung -



n = 1.200 ■ Studie 2006 Ø = 1,7
 n = 1.200 ■ Studie 2005 Ø = 1,6

Frage 17

Angaben in Prozent

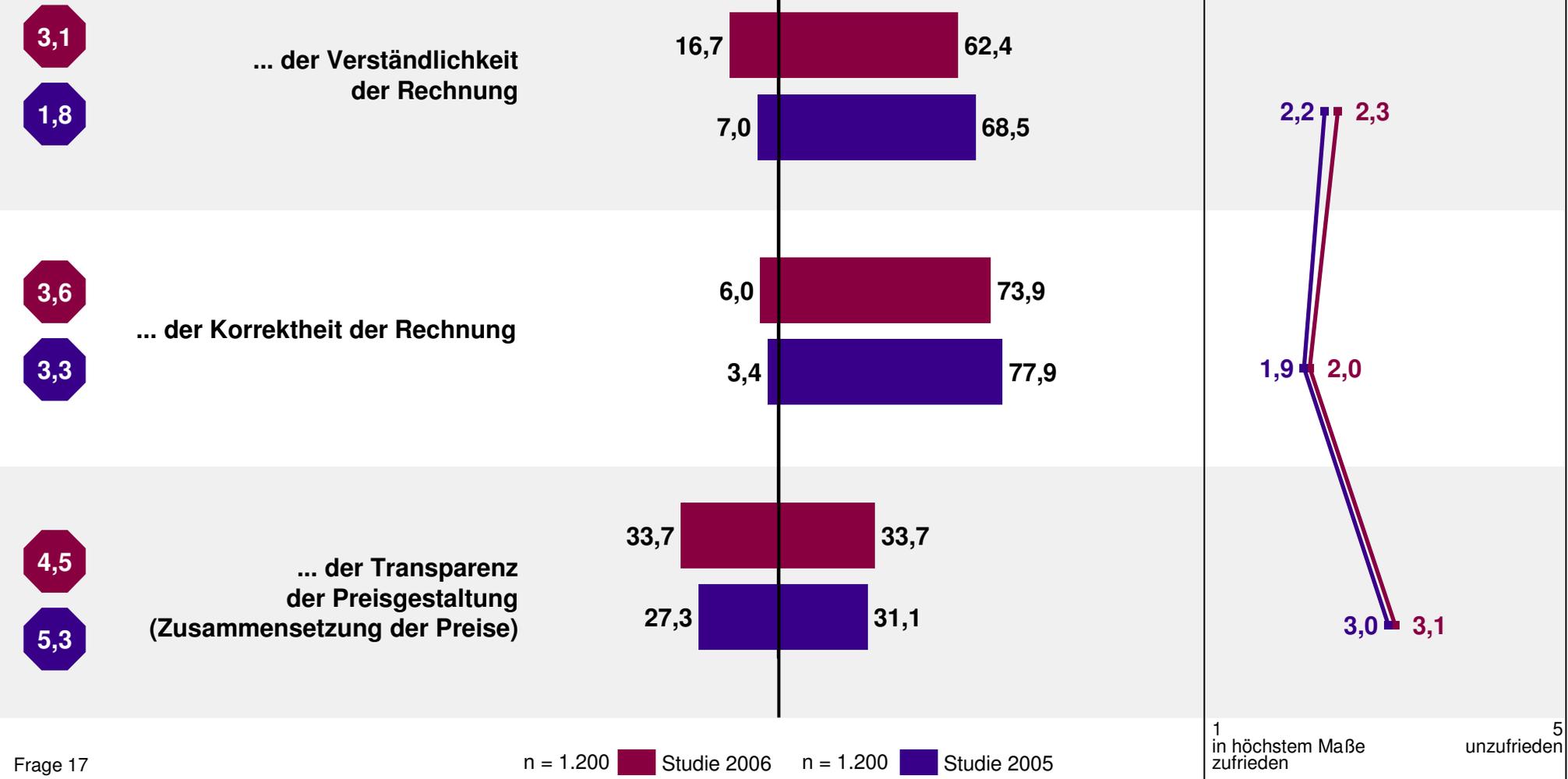
Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Rechnung

Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung



Frage 17

Angaben in Prozent

n = 1.200 Studie 2006 | n = 1.200 Studie 2005

Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung (Teil 1)

Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung

15,8

... der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger

19,5

8,6 | 58,2

5,8 | 61,7

2,0 | 2,2

11,2

... der Freundlichkeit der Mitarbeiter

17,1

3,8 | 69,0

2,2 | 68,4

1,9 | 2,0

16,5

... dem Einsatz/dem Engagement der Mitarbeiter

23,4

5,6 | 58,0

4,1 | 58,2

2,1 | 2,2

Frage 17

Angaben in Prozent

n = 1.200 Studie 2006 | n = 1.200 Studie 2005

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

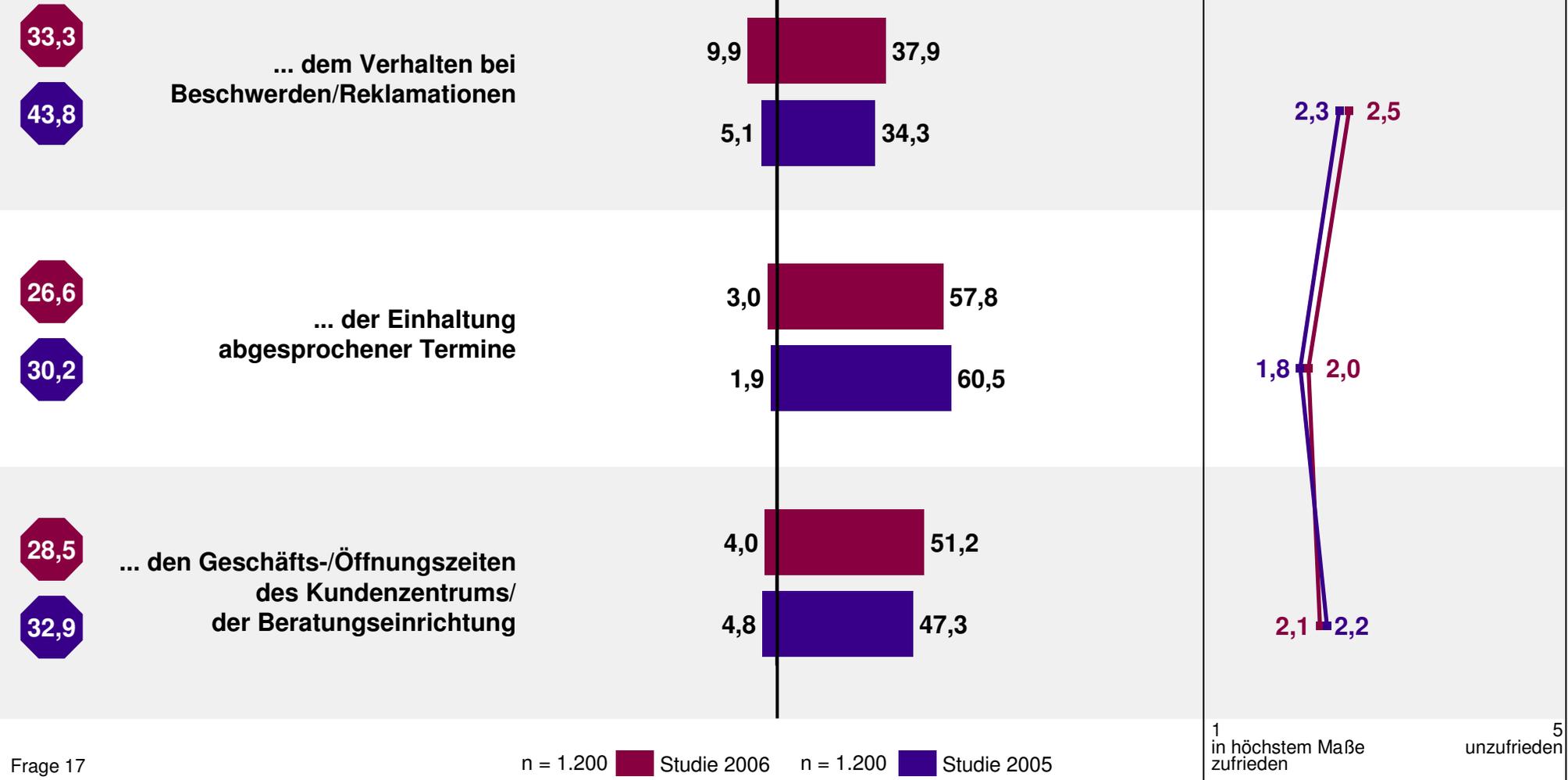
Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Kundenbetreuung (Teil 2)

Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung



Frage 17

Angaben in Prozent

n = 1.200 Studie 2006 | n = 1.200 Studie 2005

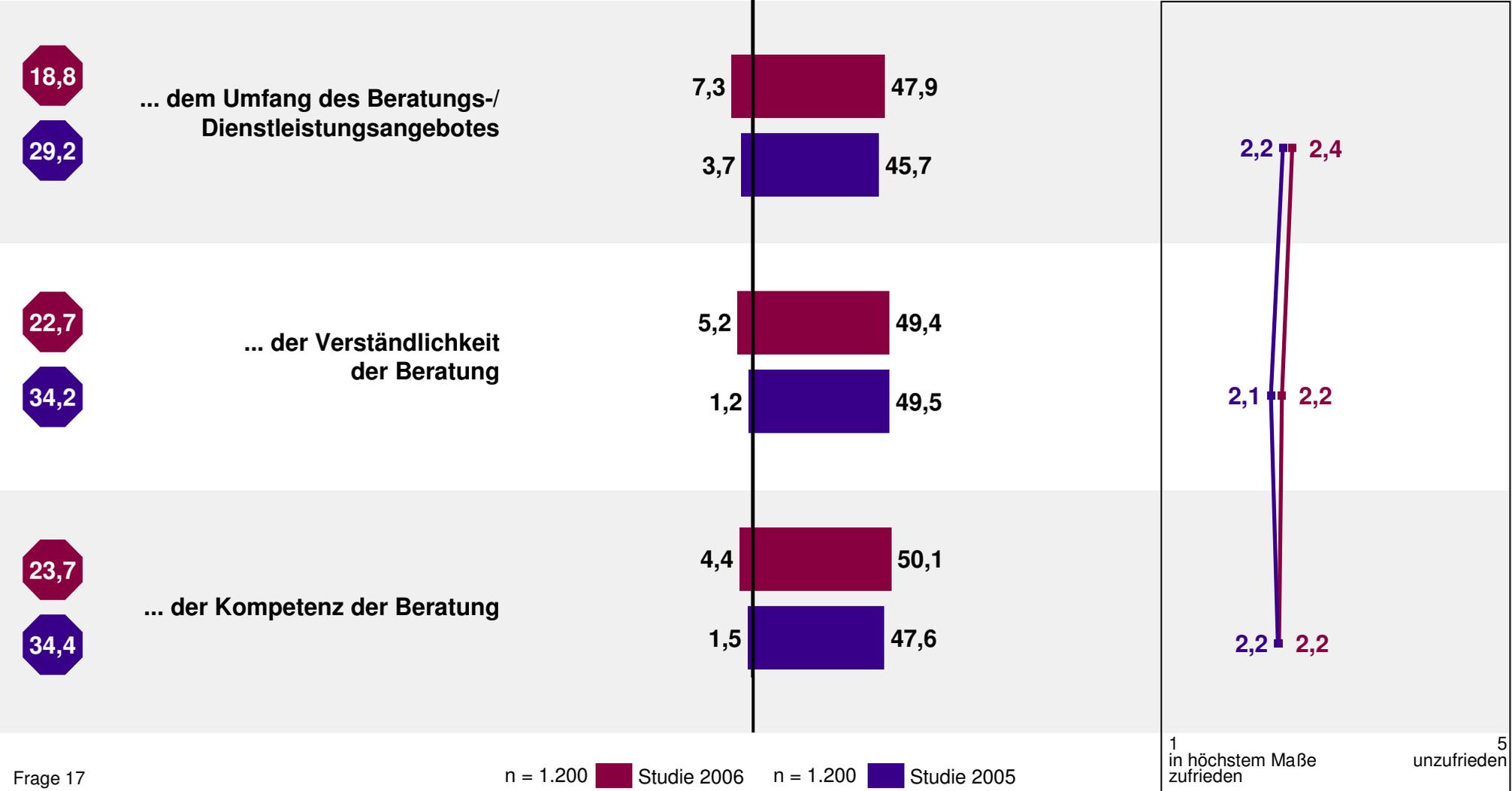
Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit – Dienstleistungen

Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung



Frage 17

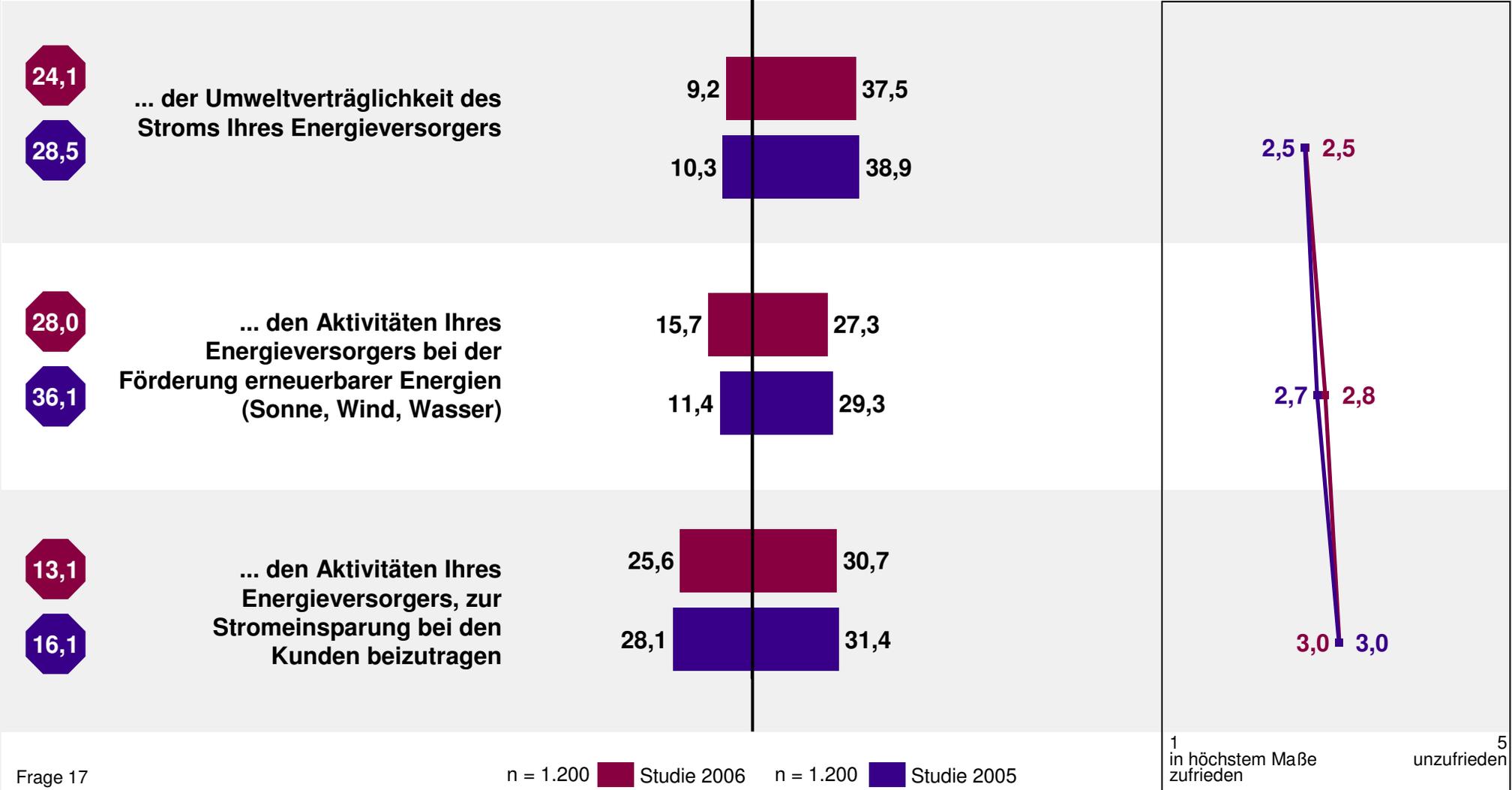
Angaben in Prozent

Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers?

Anteile „kann ich absolut nicht beurteilen“

Bottom-2-Boxes (Note 4 + 5) | Top-2-Boxes (Note 1 + 2)

Durchschnittliche Bewertung



Frage 17

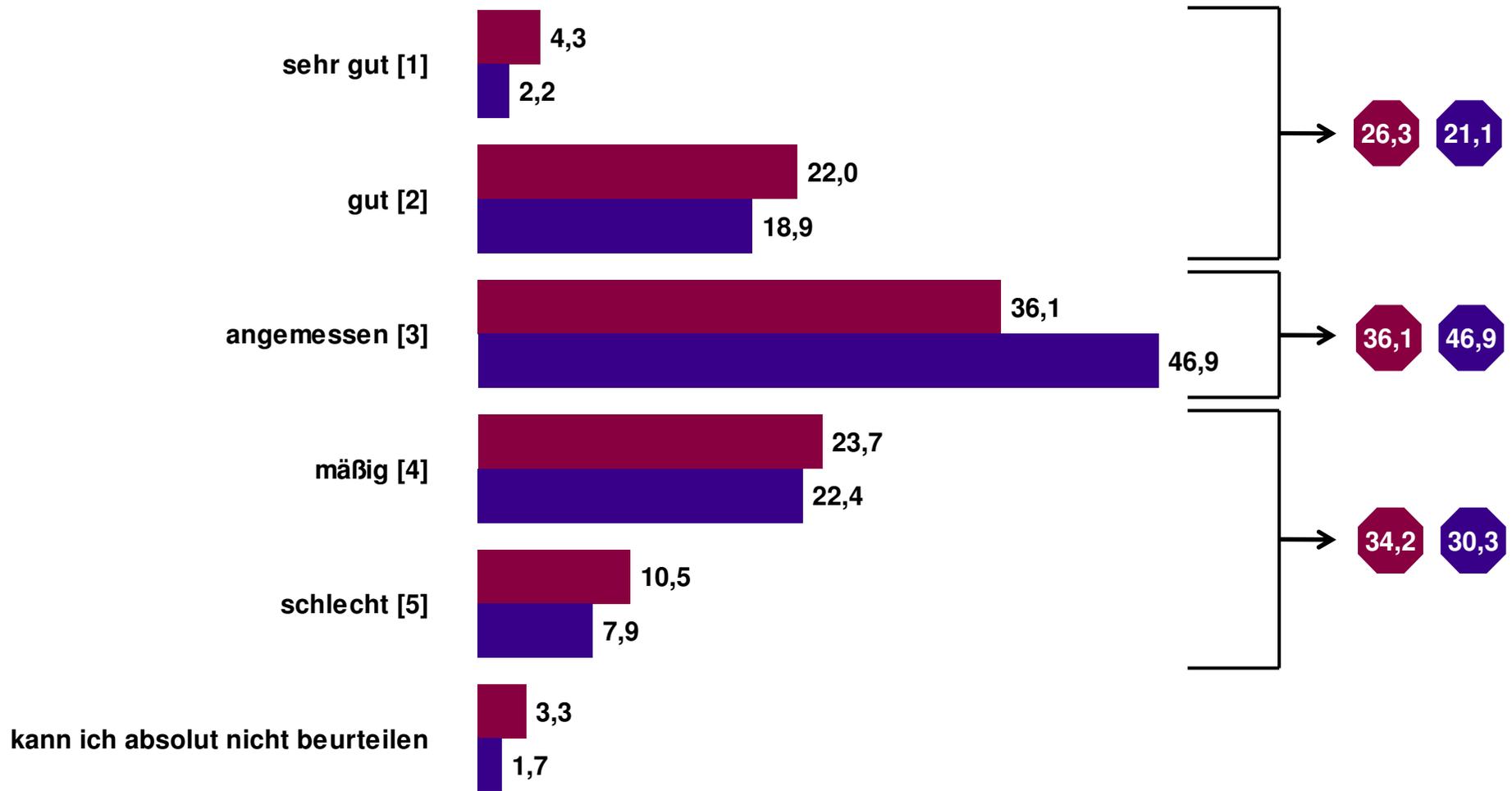
Angaben in Prozent

n = 1.200 ■ Studie 2006 | n = 1.200 ■ Studie 2005

1 in höchstem Maße zufrieden | 5 unzufrieden

Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?



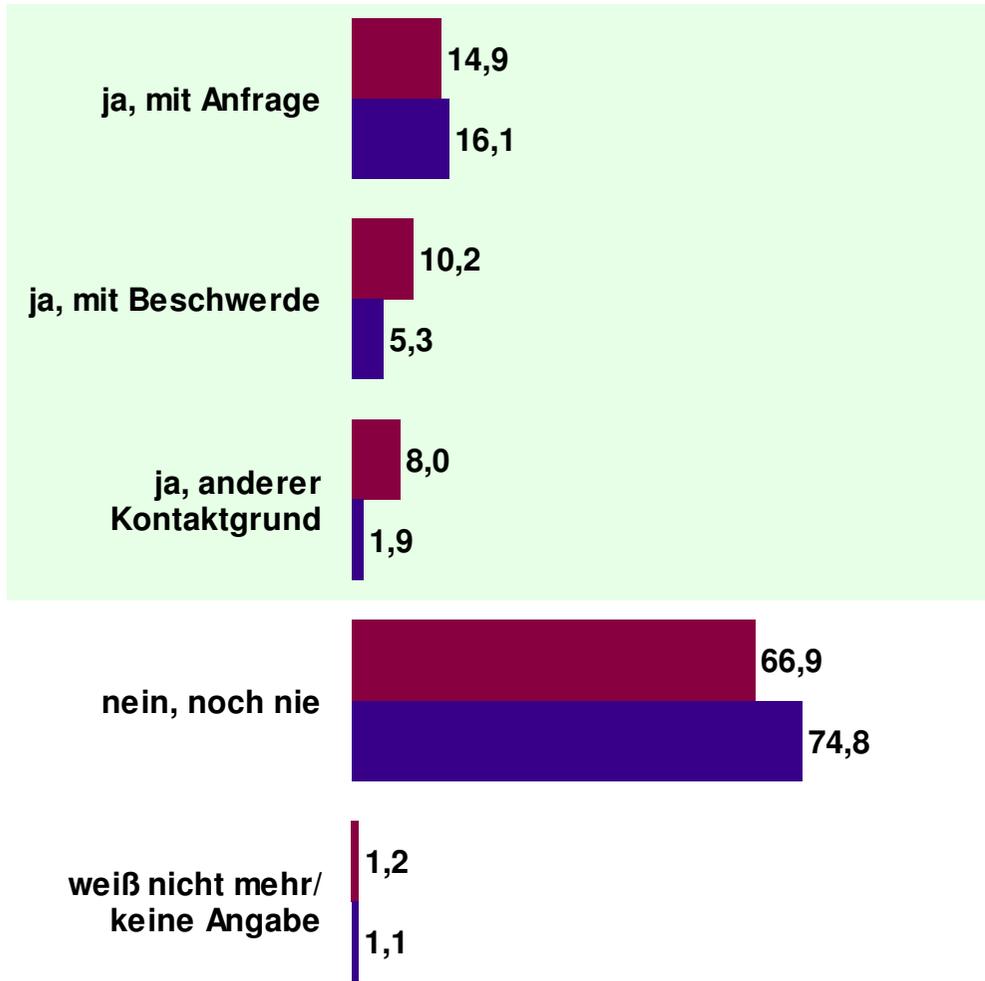
n = 1.200 Studie 2006 Ø = 3,1
 n = 1.200 Studie 2005 Ø = 3,2

Frage 18

Angaben in Prozent

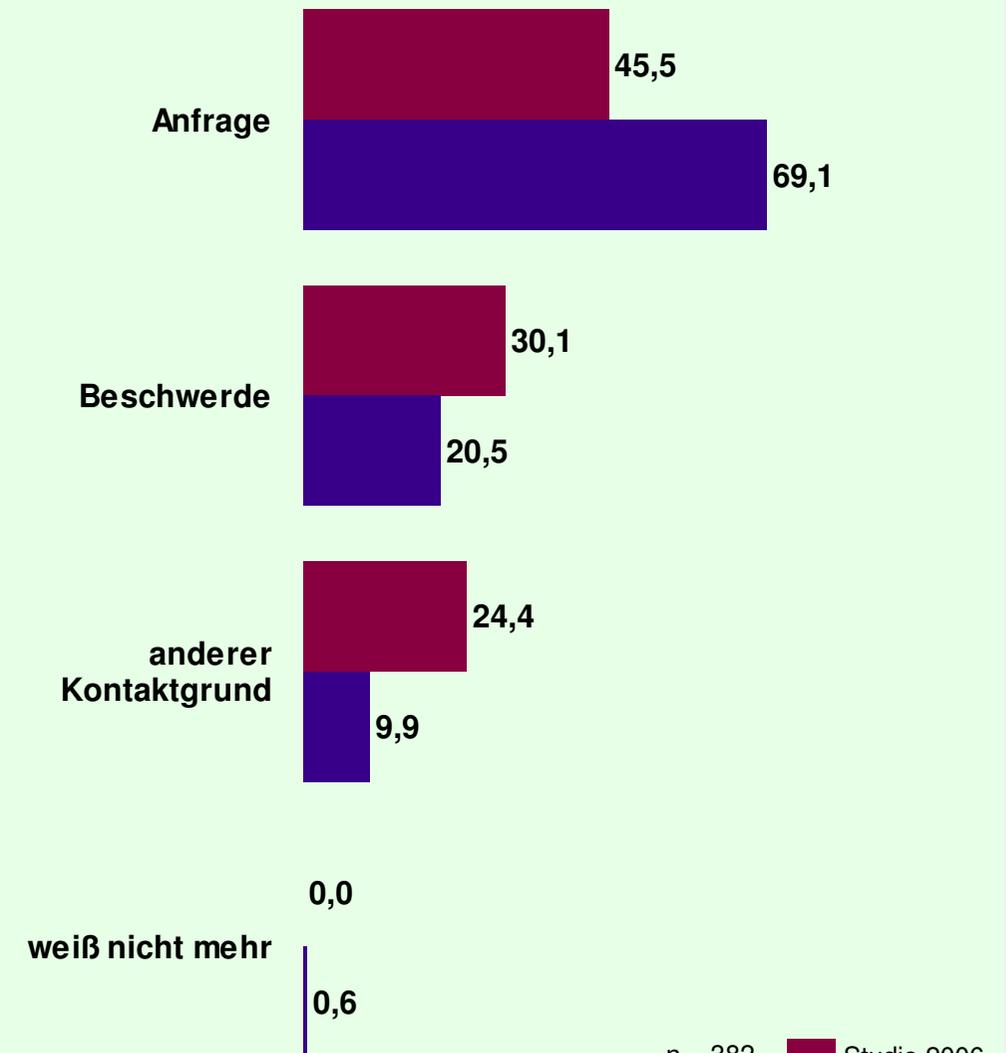
Letzter Kontakt mit den Energieversorgern

Haben Sie sich **schon einmal** mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Energieversorger gewandt?



n = 1.200 Studie 2006
n = 1.200 Studie 2005

Handelt es sich bei Ihrem **letzten** Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?



n = 382 Studie 2006
n = 258 Studie 2005

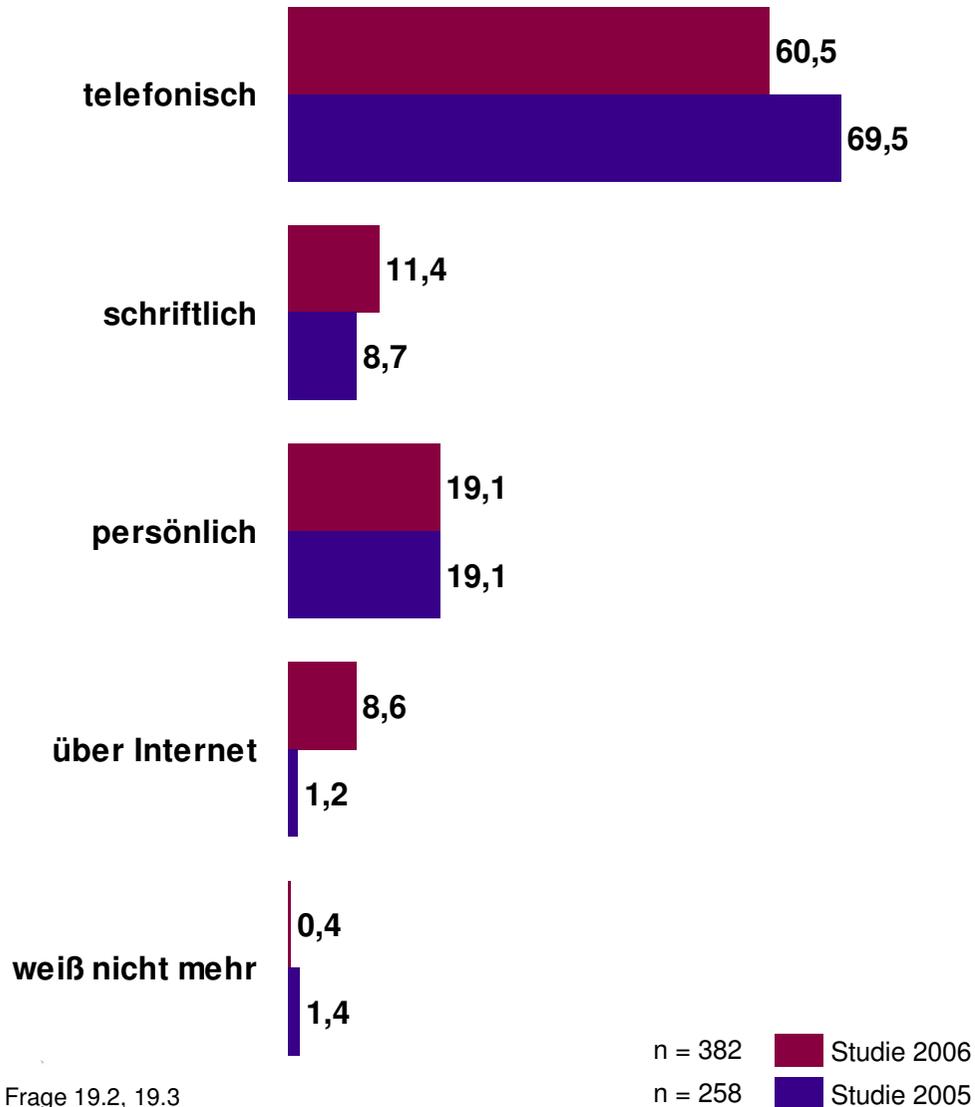
Frage 19, 19.1

Angaben in Prozent

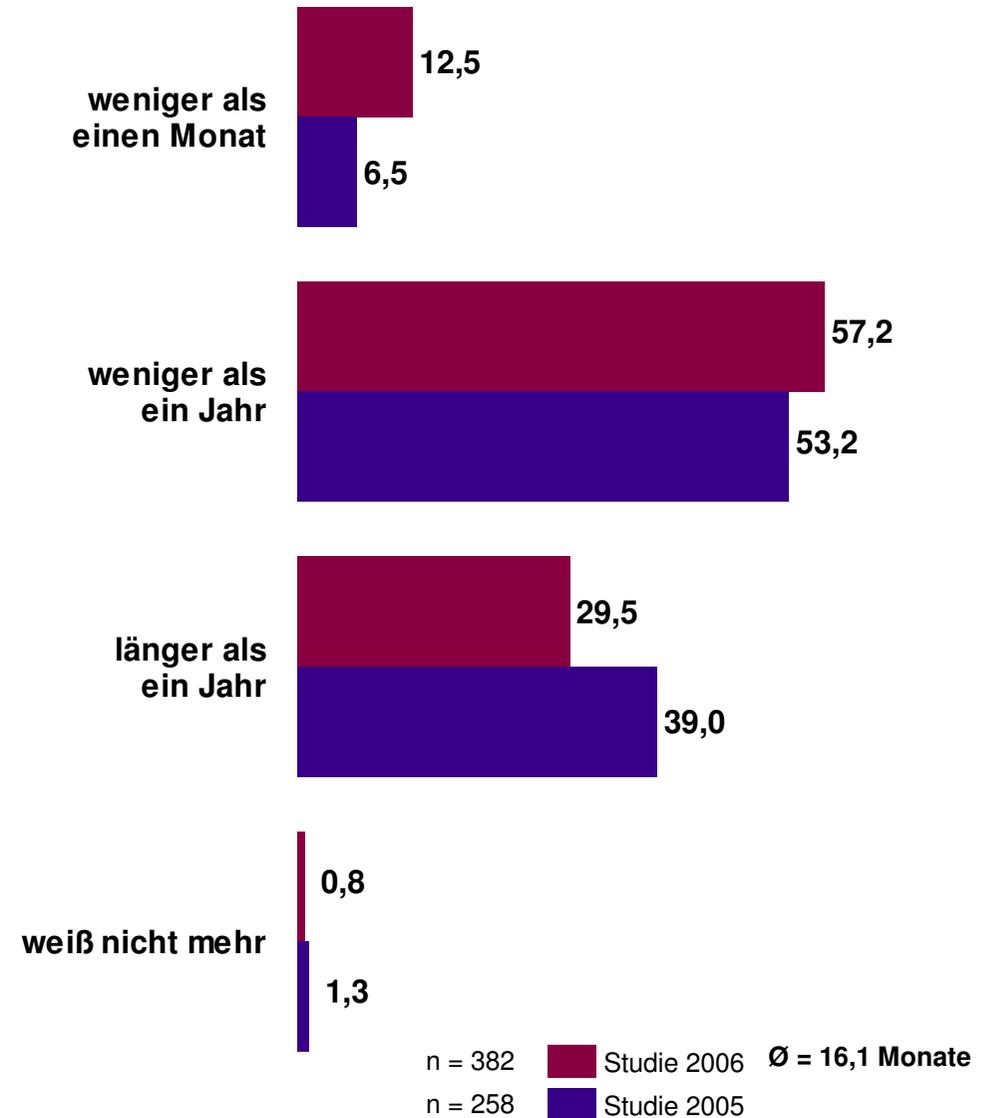


Form und Zeitpunkt des Kontaktes

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



Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger zurück?



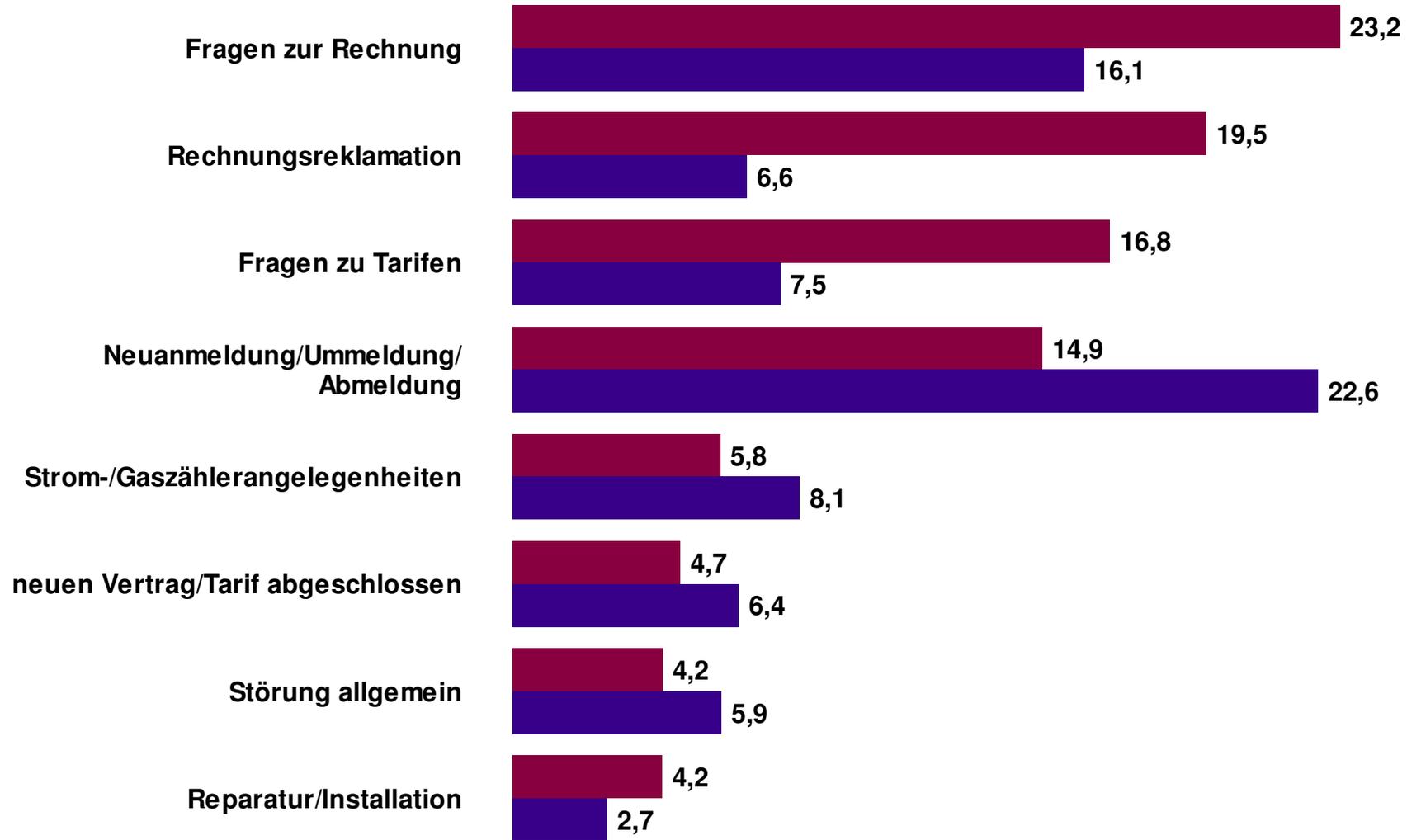
Frage 19.2, 19.3

Angaben in Prozent

Anlass für den Kontakt mit den Energieversorgern

Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

- Auswahl der häufigsten Nennungen -

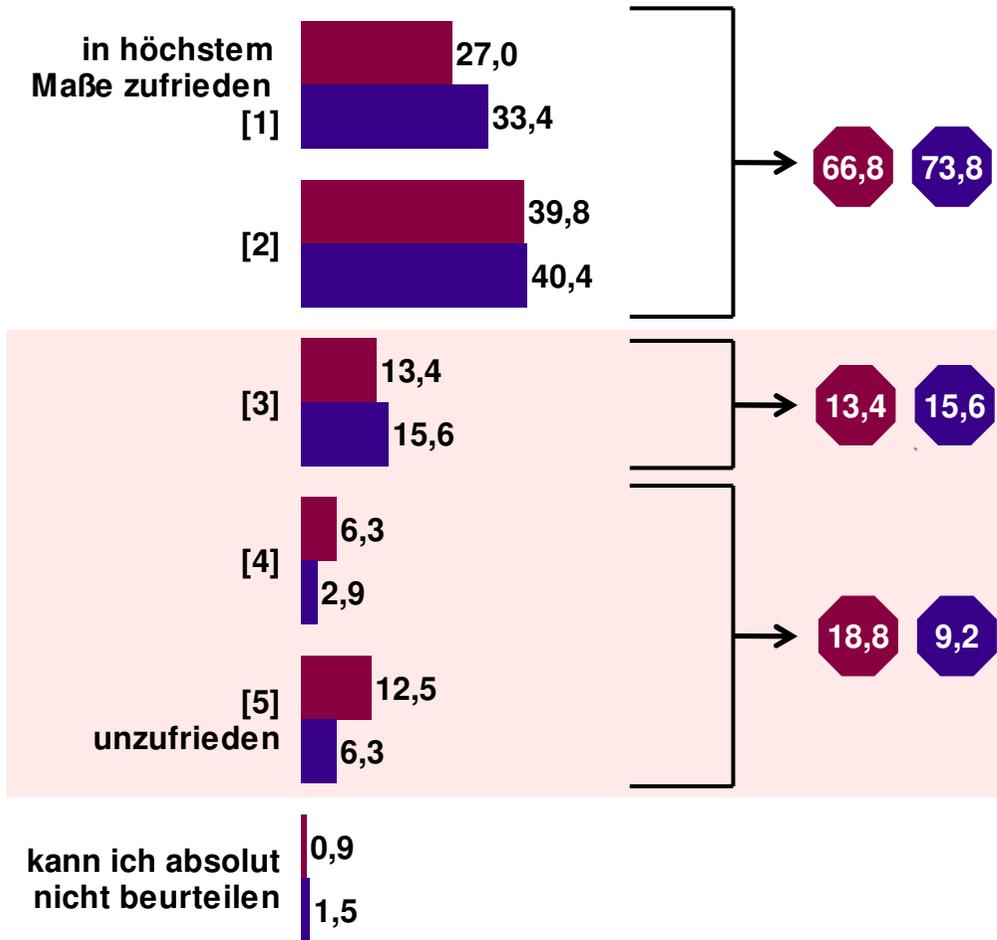


n = 382 Studie 2006
n = 258 Studie 2005

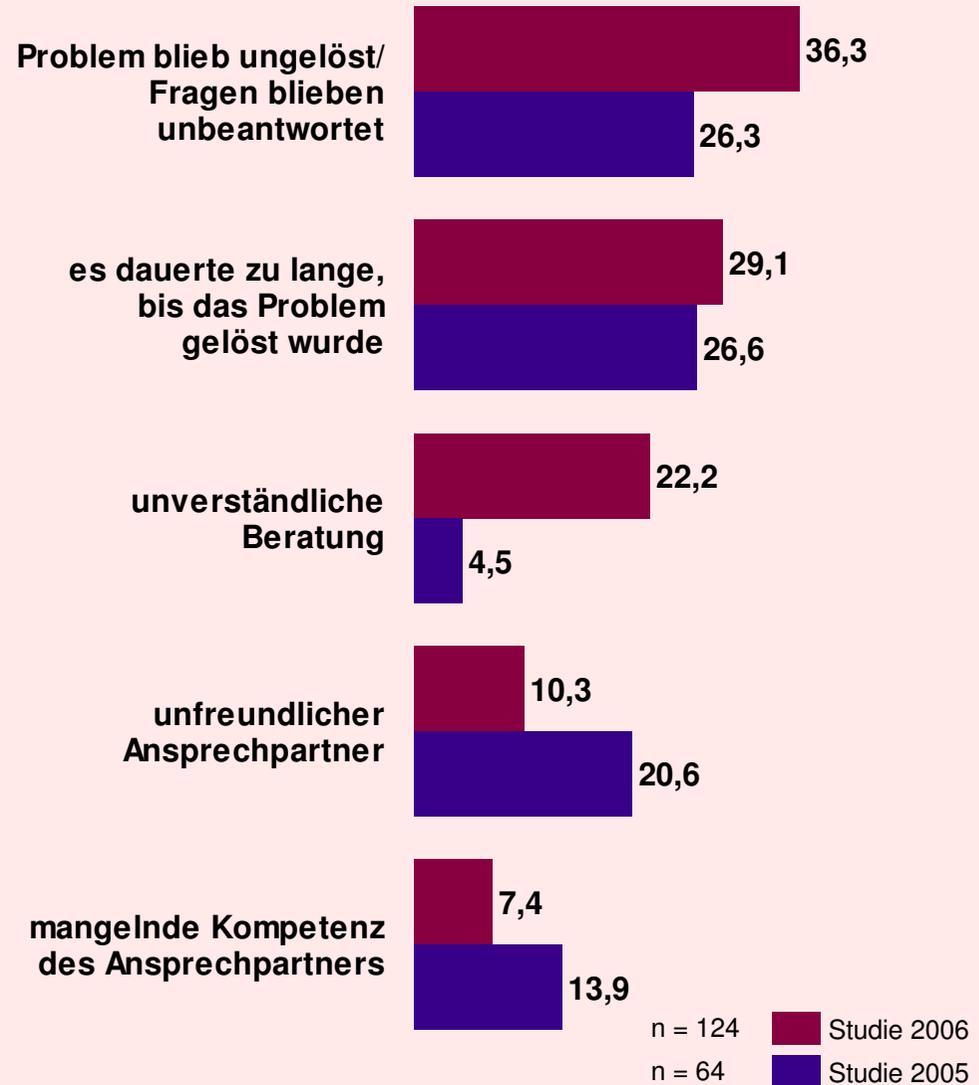
Frage 19.5

Angaben in Prozent

Wie zufrieden waren Sie mit diesem letzten Kontakt?



Aus welchen Gründen waren Sie nicht völlig zufrieden mit diesem letzten Kontakt?
(die fünf häufigsten Nennungen)



n = 382 Studie 2006 Ø = 2,4
n = 258 Studie 2005 Ø = 2,1

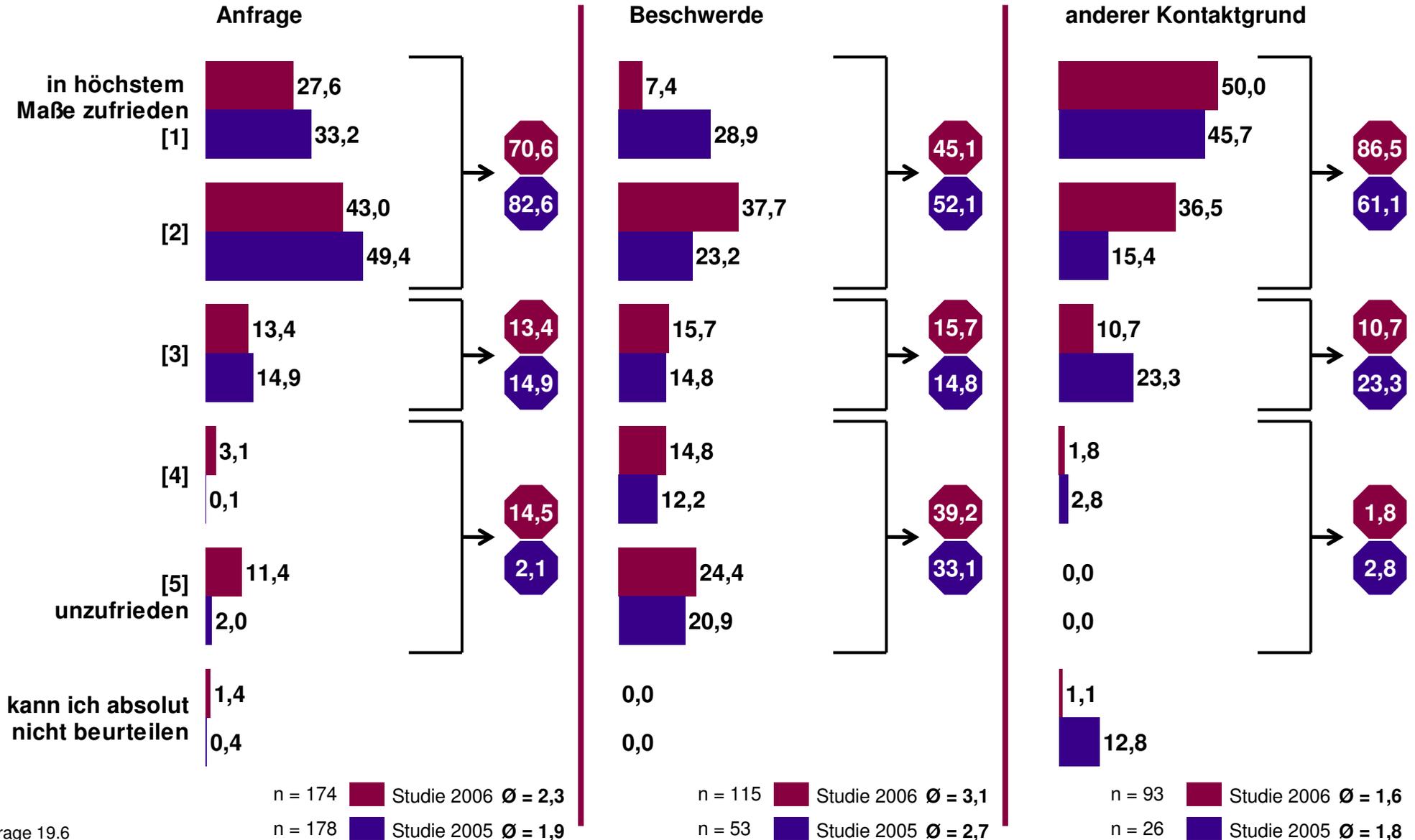
n = 124 Studie 2006
n = 64 Studie 2005

Frage 19.6, 19.7

Angaben in Prozent

Bewertung des Kontaktes – Differenziert nach Kontaktgrund

Wie zufrieden waren Sie mit diesem letzten Kontakt?

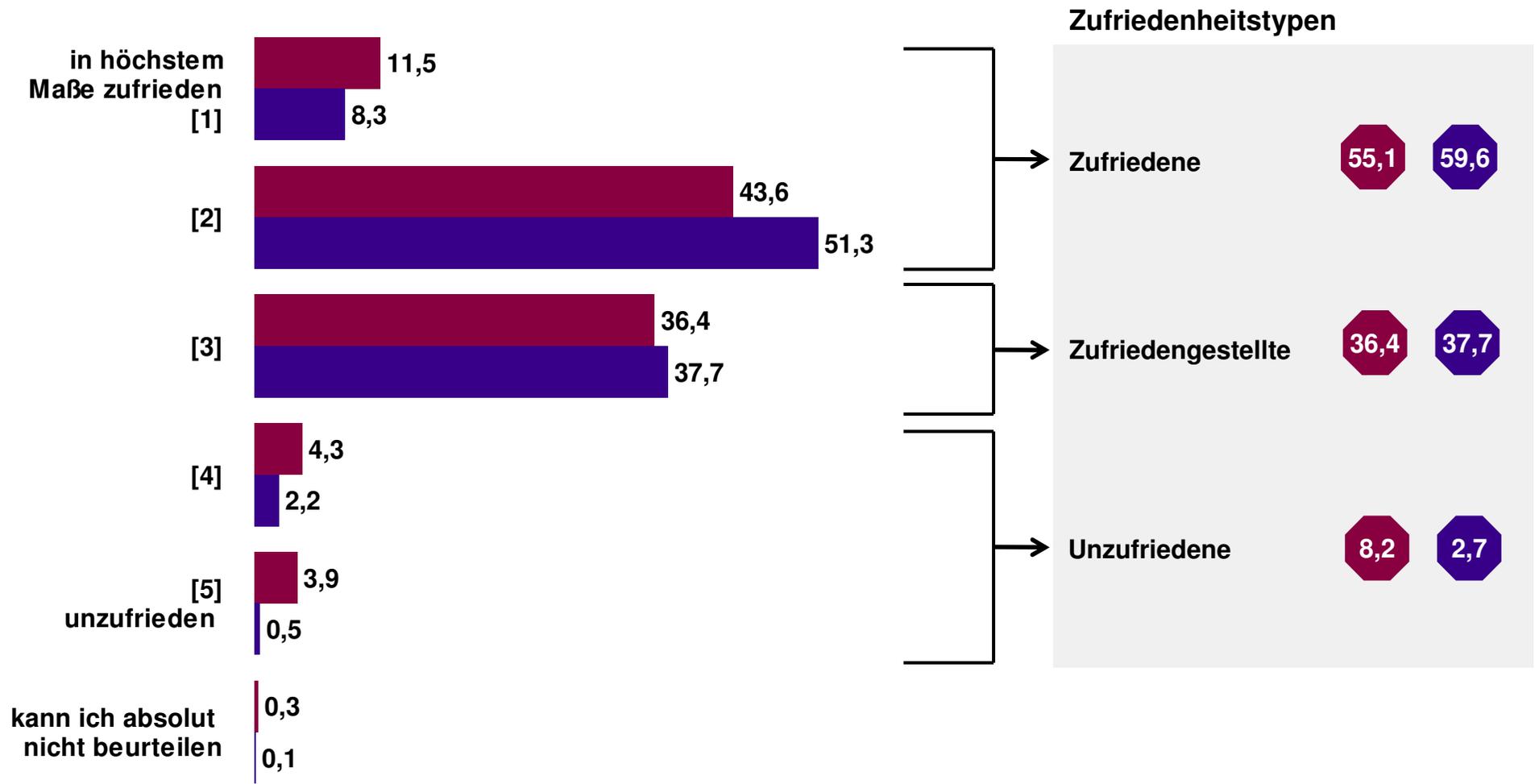


Frage 19.6

Angaben in Prozent

A' posteriori-Gesamtzufriedenheit mit den Energieversorgern

Wenn Sie sich Ihre Bewertung noch einmal vergegenwärtigen, wie zufrieden sind Sie dann insgesamt mit Ihrem Energieversorger?



n = 1.200 Studie 2006 Ø = 2,5
 n = 1.200 Studie 2005 Ø = 2,4

Frage 23

Angaben in Prozent

	Zufriedene		Zufriedengestellte		Unzufriedene	
	Studie 2006	Studie 2005	Studie 2006	Studie 2005	Studie 2006	Studie 2005
Stichprobengröße	55,1%	59,6%	36,4%	37,7%	8,2%	2,7%
Eigentumsverhältnisse						
Mieter	51,2%	48,4%	41,6%	51,8%	53,4%	56,8%
Eigentümer	48,6%	51,6%	58,3%	45,6%	46,6%	43,2%
Alter						
bis 29 Jahre	13,2%	18,6%	17,6%	20,6%	41,9%	15,2%
30 - 39 Jahre	21,2%	21,1%	12,9%	19,3%	10,5%	11,1%
40 - 49 Jahre	19,9%	17,1%	20,3%	14,8%	4,5%	21,8%
50 - 59 Jahre	14,4%	14,0%	16,8%	15,6%	16,5%	28,8%
60 Jahre und älter	30,7%	28,9%	31,8%	20,6%	20,2%	23,1%
	Ø = 49 J.	Ø = 48 J.	Ø = 49 J.	Ø = 45 J.	Ø = 42 J.	Ø = 49 J.
Geschlecht						
weiblich	52,8%	48,1%	49,6%	57,8%	50,9%	47,4%
männlich	47,2%	51,9%	50,4%	42,2%	49,1%	52,6%

Bemerkung: An 100 fehlende Prozent sind auf fehlende Angaben zurückzuführen

Studie 2006 - n = 1.200
 Studie 2005 - n = 1.200

Image der Energieversorger

Ausschlaggebend für das allgemein positive Image der Energieversorger sind vor allem die Aspekte Zuverlässigkeit (Ø 1,6), Leistungsfähigkeit und die Wichtigkeit für die Region (jeweils Ø 2,0). Defizite zeigen sich bei der Informationspolitik (Ø 2,8).

Generelle Aspekte zur Kundenzufriedenheit

Die Sicherheit und Zuverlässigkeit der Stromversorgung ist der Top-Aspekt (Ø 1,7). Der generell hohen Zufriedenheit der Kunden mit der Korrektheit der Rechnung, der Freundlichkeit der Mitarbeiter und der Einhaltung abgesprochener Termine (jeweils Ø 2,0) sowie den Geschäftszeiten des Kundenzentrums (Ø 2,1) stehen preisliche und ökologische Aspekte gegenüber, die eine tendenziell negative Bewertung erhalten. Hier werden insbesondere die Transparenz der Preisgestaltung (Ø 3,1), die Aktivitäten des Energieversorgers, die zur Stromeinsparung bei den Kunden beitragen (Ø 3,0) sowie die Aktivitäten zur Förderung erneuerbarer Energien (Ø 2,8) eher schlechter bewertet.

Bewertung des Preis-Leistungsverhältnisses

Die Mehrheit (36,1%) vergibt die mittlere Note auf einer fünfstufigen Skala (von 1 = „sehr gut“ bis 5 = „schlecht“) und stuft das Preis-Leistungsverhältnis als angemessen ein. Nur 26,3% bewerten das Preis-Leistungsverhältnis positiv und 34,2% halten es für mäßig bis schlecht.

Letzter Kontakt mit dem Energieversorger

Knapp ein Drittel der Kunden hat sich schon einmal mit einer Anfrage (14,9%), Beschwerde (10,2%) oder einem anderen Kontaktgrund (8,0%) an ihren Energieversorger gewandt. Bezüglich des letzten Kontaktes handelt es sich überwiegend um Anfragen (45,5%), bei 30,1% der Kontakte sind es Beschwerden und bei 24,4% ein anderer Kontaktgrund. Dieser Kontakt erfolgte überwiegend telefonisch (60,5%). Die Kontakte liegen bei 69,7% weniger als ein Jahr zurück. Fragen zur Rechnung (23,2%) und Rechnungsreklamationen (19,5%) sind die Top-Kontaktanlässe. Knapp zwei Drittel haben den Kontakt in positiver Erinnerung (66,8%), wobei Personen mit Anfragen deutlich positiver urteilen als Personen mit Beschwerden (Ø 2,3 v. Ø 3,1).

Gesamtzufriedenheit mit dem Energieversorger

Nur 55,1% der Kunden vergeben nach der Bewertung aller Aspekte die beiden besten Noten hinsichtlich ihrer Gesamtzufriedenheit mit dem Energieversorger (Ø 2,5). Gegenüber der zuvor geäußerten a priori Gesamtzufriedenheit ist das eine Verschlechterung im Top-Bereich um 2,5 Prozentpunkte.

Informationsstand zu Tarifen des Stromversorgers

Einschätzung des Informationsstandes zum Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Wechselverhalten

Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger

Charakterisierung von unterschiedlich gebundenen Kundengruppen

Weiterempfehlungsquote

Zufriedenheits-Bindungs-Tableau

Stromversorger im Vergleich

Kundenbindungsindex

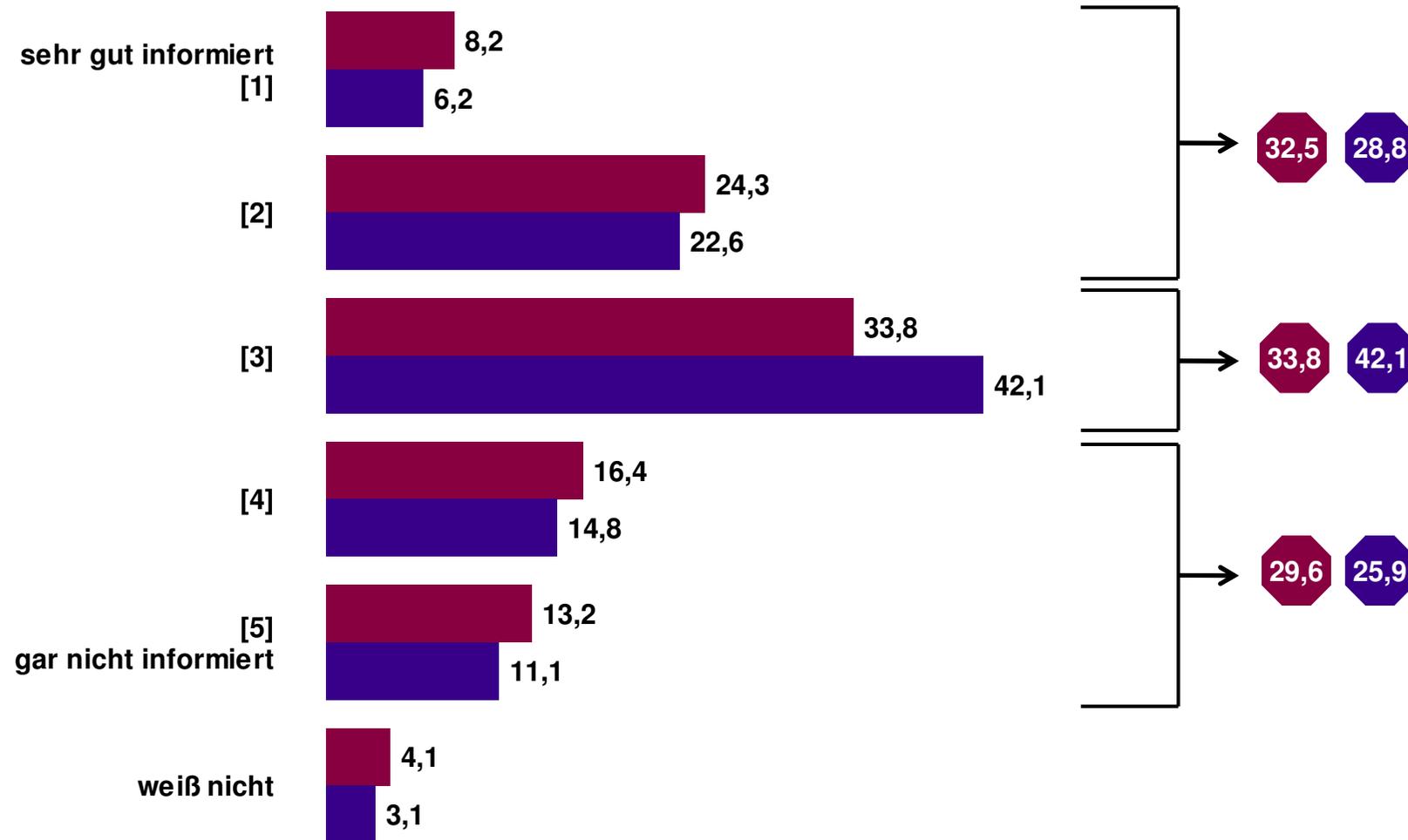
Wechselbarrieren

Stromrechnung

Zusammenfassung der Ergebnisse – Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Informationsstand zu den Tarifen des Stromversorgers

Wie gut fühlen Sie sich von Ihrem Stromversorger hinsichtlich der Tarife bzw. Verträge informiert?

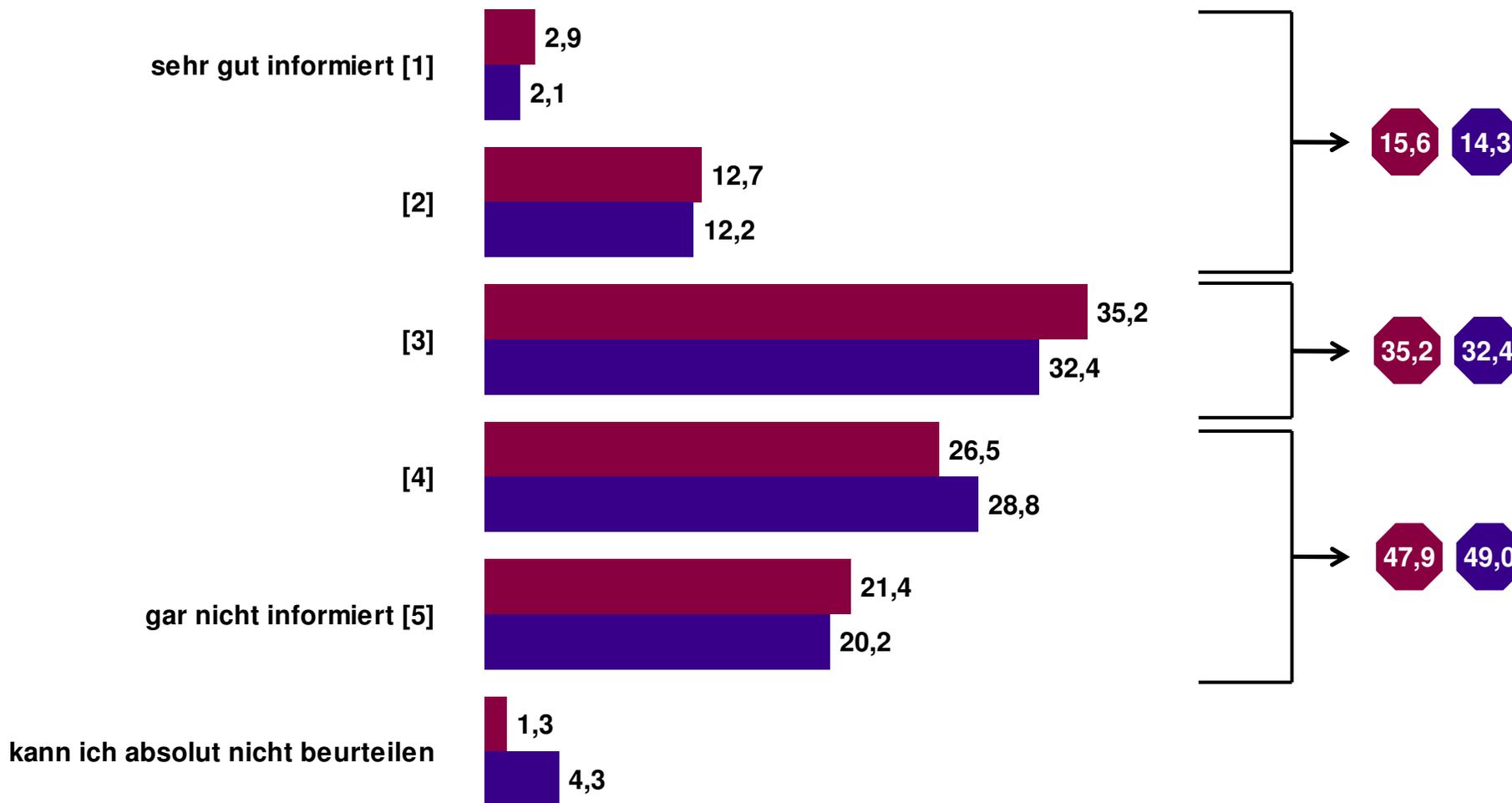


n = 1.200 Studie 2006 Ø = 3,0
 n = 1.200 Studie 2005 Ø = 3,0

Frage 24

Angaben in Prozent

Wie gut fühlen Sie sich über den Wettbewerb in der Stromwirtschaft informiert?



n = 1.200 Studie 2006 Ø = 3,5

n = 1.200 Studie 2005 Ø = 3,6

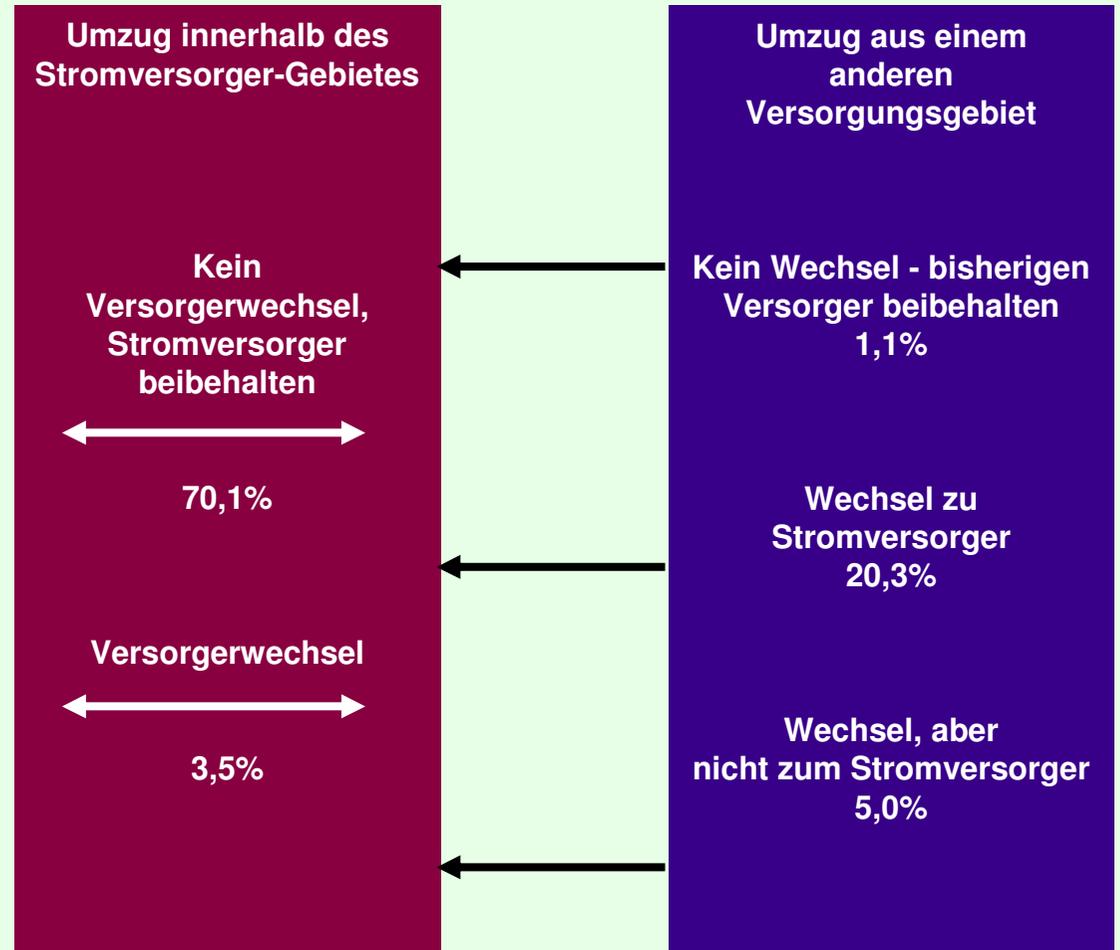
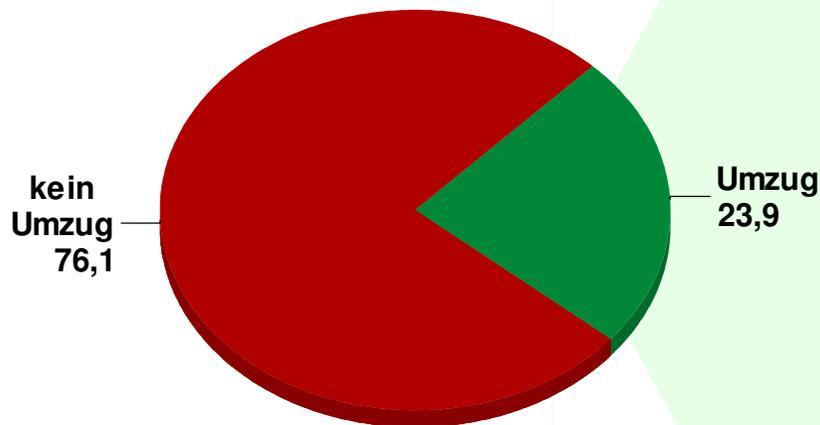
Frage 29

Angaben in Prozent

Verhalten hinsichtlich eines Versorgerwechsels bei Umzügen

Die Grafik zeigt das Verhalten hinsichtlich eines Stromversorgerwechsels von Haushalten, die in den letzten 3 Jahren umgezogen sind. Die Analyse erfolgt auf Basis der Postleitzahl-Nennung des jetzigen und vorherigen Wohnsitzes.

Umzüge in den letzten drei Jahren



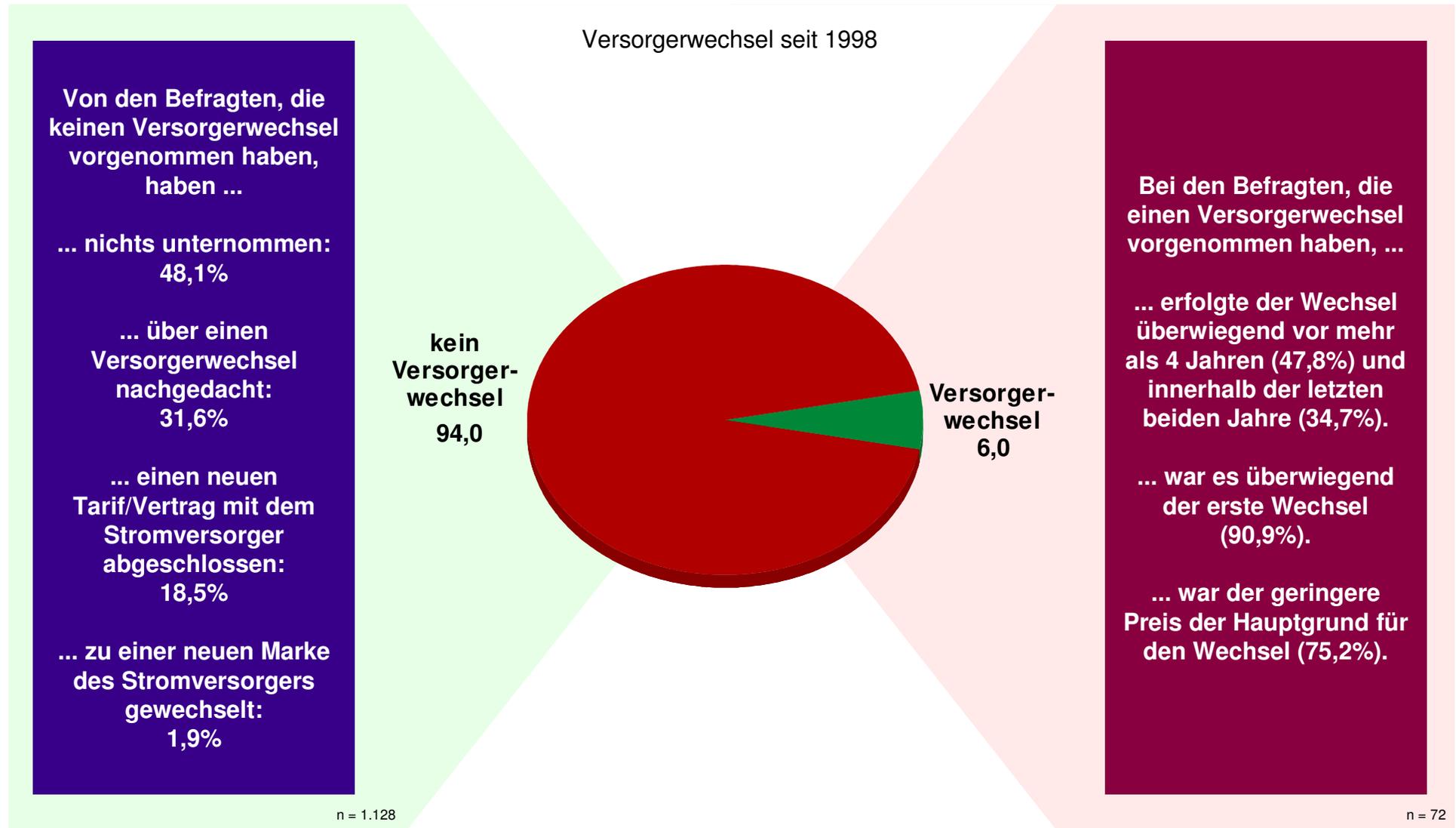
Frage 3 bis 3.5

Angaben in Prozent

n = 1.200

n = 287

Die Grafik zeigt das Verhalten hinsichtlich eines Stromversorgerwechsels von Privathaushalten seit der Öffnung des Strommarktes 1998.

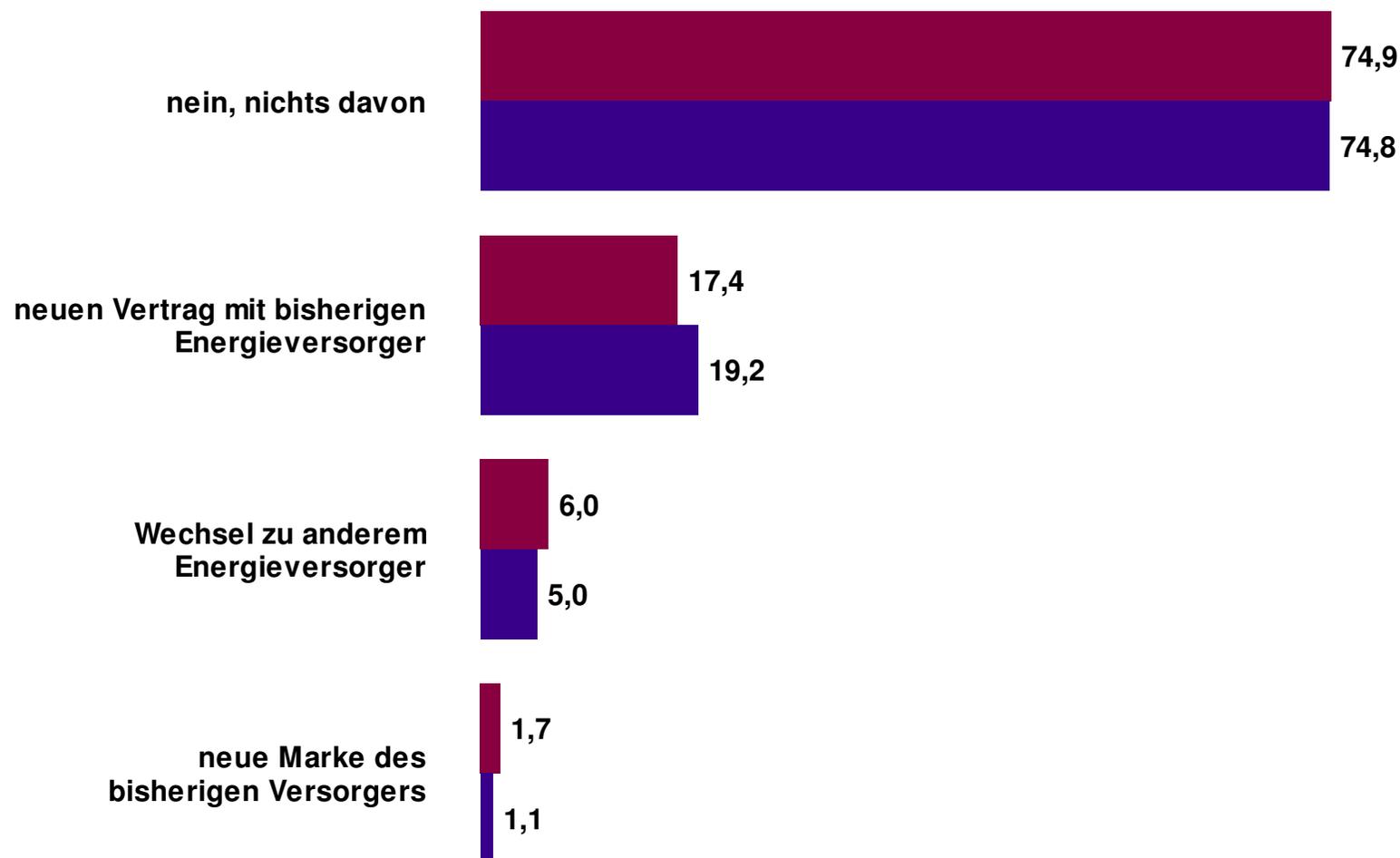


Frage 4 bis 12

n = 1.200

Angaben in Prozent

Haben Sie, unabhängig von Haushaltsgründung oder Umzügen, seit der Öffnung des Strommarktes 1998 einen neuen Tarif bzw. Vertrag bei Ihrem Stromversorger abgeschlossen, oder zu einer neuen Marke gewechselt, oder sind Sie zu einem anderen Stromversorger gewechselt?



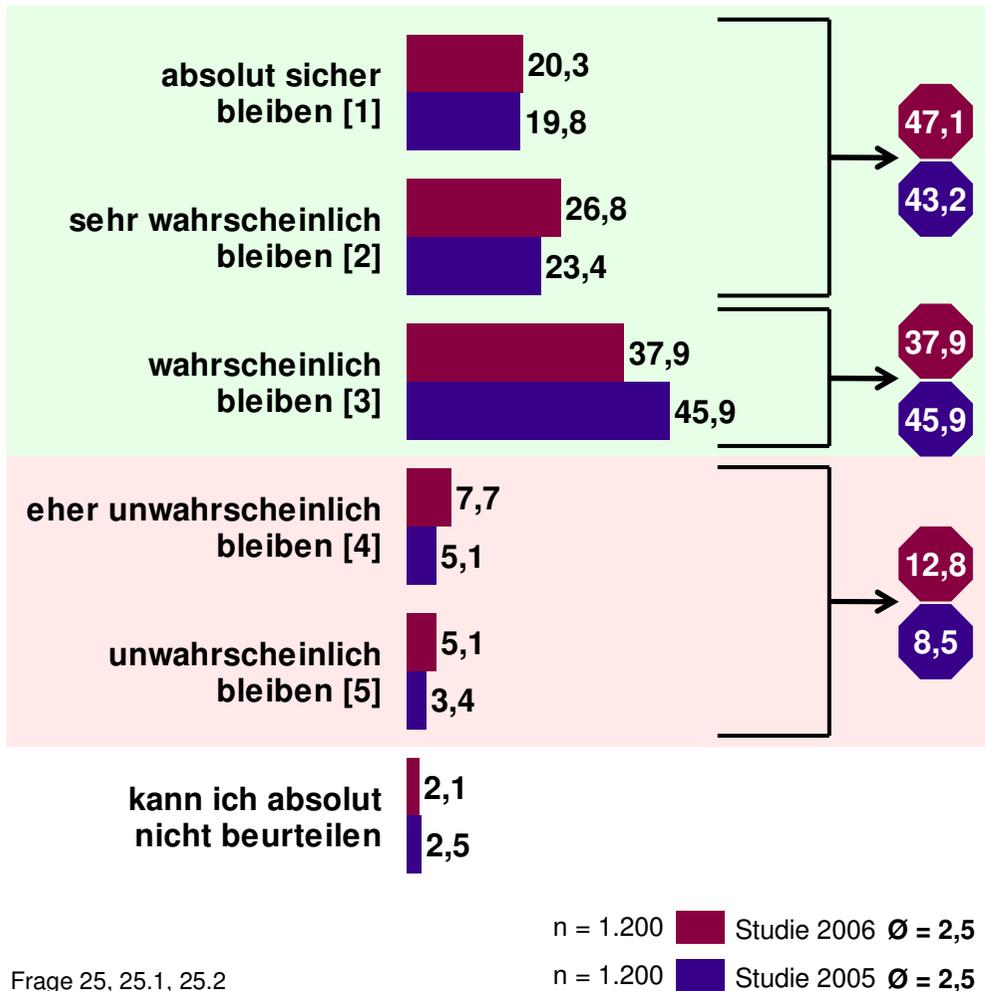
n = 1.200 Studie 2006
n = 1.200 Studie 2005

Frage 4

Angaben in Prozent

Wahrscheinlichkeit des Verbleibs beim aktuellen Stromversorger

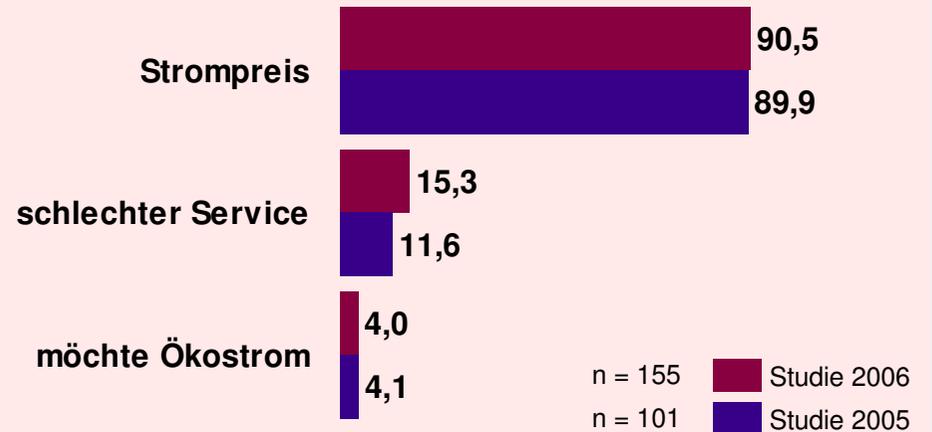
Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem Stromversorger vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Stromversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht bei Ihrem Stromversorger bleiben? Würden Sie ...?



Warum werden Sie bei Ihrem bisherigen Stromversorger bleiben? (die fünf häufigsten Nennungen)



Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger wechseln? (die drei häufigsten Nennungen)



Frage 25, 25.1, 25.2

Angaben in Prozent

Charakterisierung von unterschiedlich gebundenen Kundengruppen

	Sicher verbleibende Kunden		Wahrscheinlich verbleibende Kunden		Wahrscheinlich wechselnde Kunden	
	Studie 2006	Studie 2005	Studie 2006	Studie 2005	Studie 2006	Studie 2005
Stichprobengröße	47,1%	43,2%	37,9%	45,9%	12,8%	8,5%
Eigentumsverhältnisse						
Mieter	49,5%	51,5%	45,7%	48,3%	53,2%	56,0%
Eigentümer	50,2%	48,5%	54,3%	50,9%	46,8%	44,0%
Alter						
bis 29 Jahre	15,4%	15,9%	17,7%	24,4%	23,8%	12,3%
30 - 39 Jahre	17,4%	16,4%	19,9%	20,8%	11,3%	38,8%
40 - 49 Jahre	16,9%	16,8%	21,7%	16,6%	18,3%	16,2%
50 - 59 Jahre	15,5%	16,3%	16,1%	13,2%	14,3%	15,7%
60 Jahre und älter	34,6%	29,5%	24,0%	23,5%	27,5%	16,9%
	Ø = 50 J.	Ø = 49 J.	Ø = 46 J.	Ø = 45 J.	Ø = 48 J.	Ø = 44 J.
Geschlecht						
weiblich	49,6%	53,8%	51,5%	48,8%	65,1%	49,5%
männlich	50,4%	46,2%	48,5%	51,2%	34,9%	50,5%

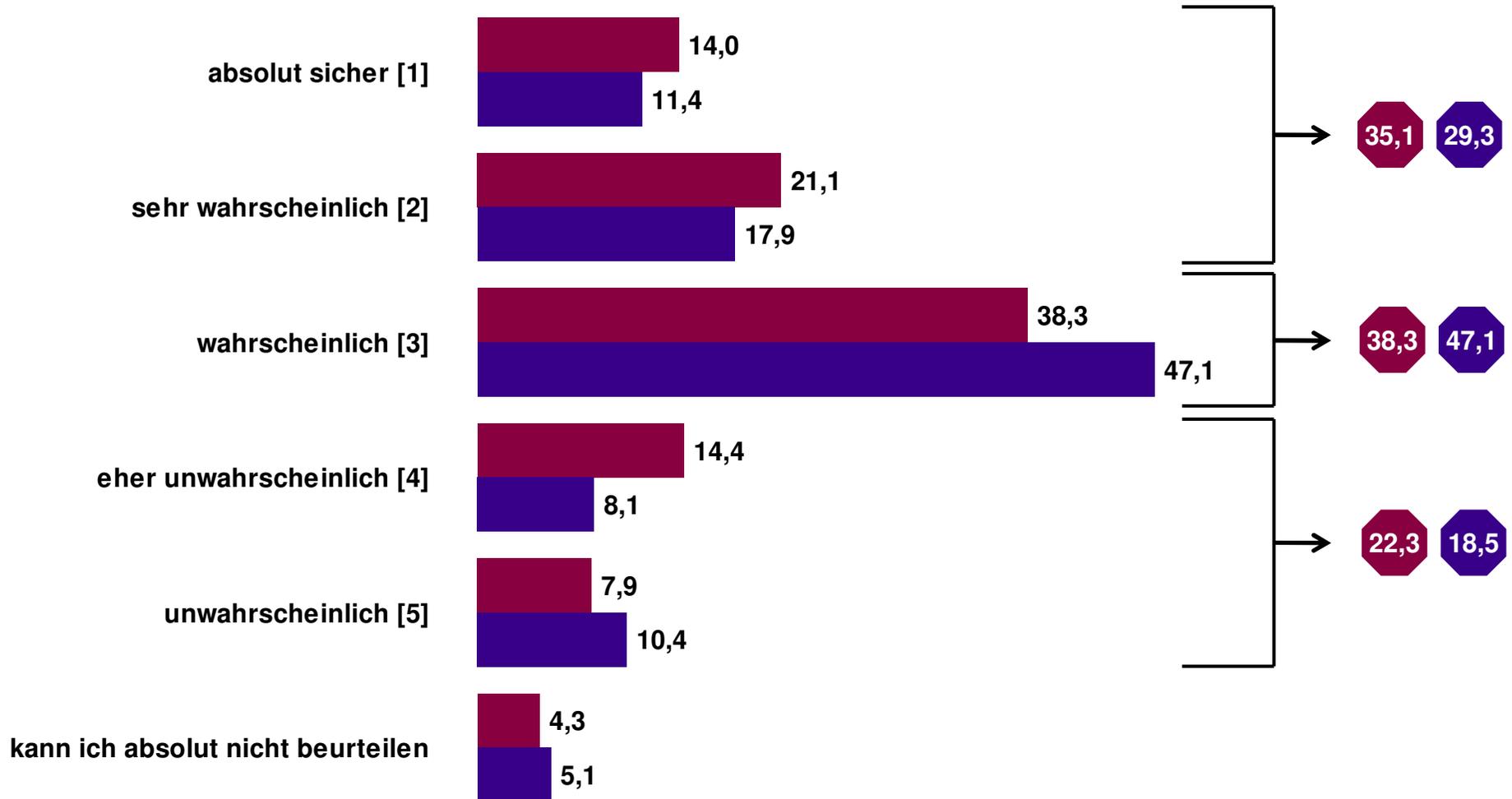
Bemerkung: An 100 fehlende Prozent sind auf fehlende Angaben zurückzuführen

Studie 2006 - n = 1.200
 Studie 2005 - n = 1.200



Weiterempfehlungsquote

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 ...?

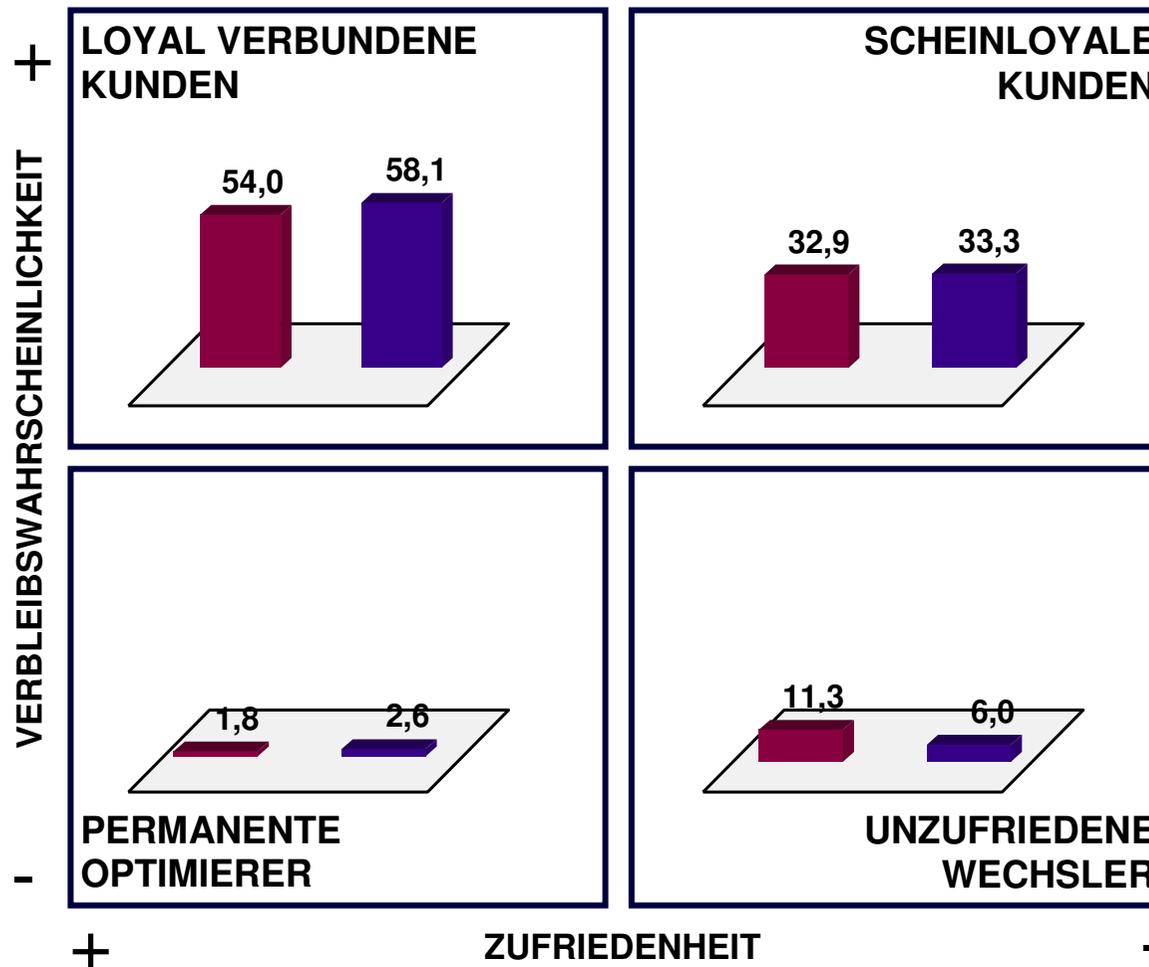


n = 1.200 Studie 2006 Ø = 2,8
n = 1.200 Studie 2005 Ø = 2,9

Frage 26

Angaben in Prozent

Für das Marketing ist die Kenntnis über die quantitative Verteilung der Kunden auf die vier Felder des Zufriedenheits-Bindungs-Tableaus besonders wichtig. Generelles Ziel muss die Erhöhung des Anteils der loyal verbundenen Kunden sein! Dazu sind die Bestimmungsfaktoren der Kundengruppen zu identifizieren, um daraufhin effiziente Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Dieses Tableau dient darüber hinaus der zukünftigen Kontrolle des Erfolges und der quantitativen Effizienz eingeleiteter Verbesserungsmaßnahmen sowie als Frühindikator bezüglich potenzieller Wettbewerbsverschiebungen.



n = 1.173 Studie 2006

n = 1.169 Studie 2005

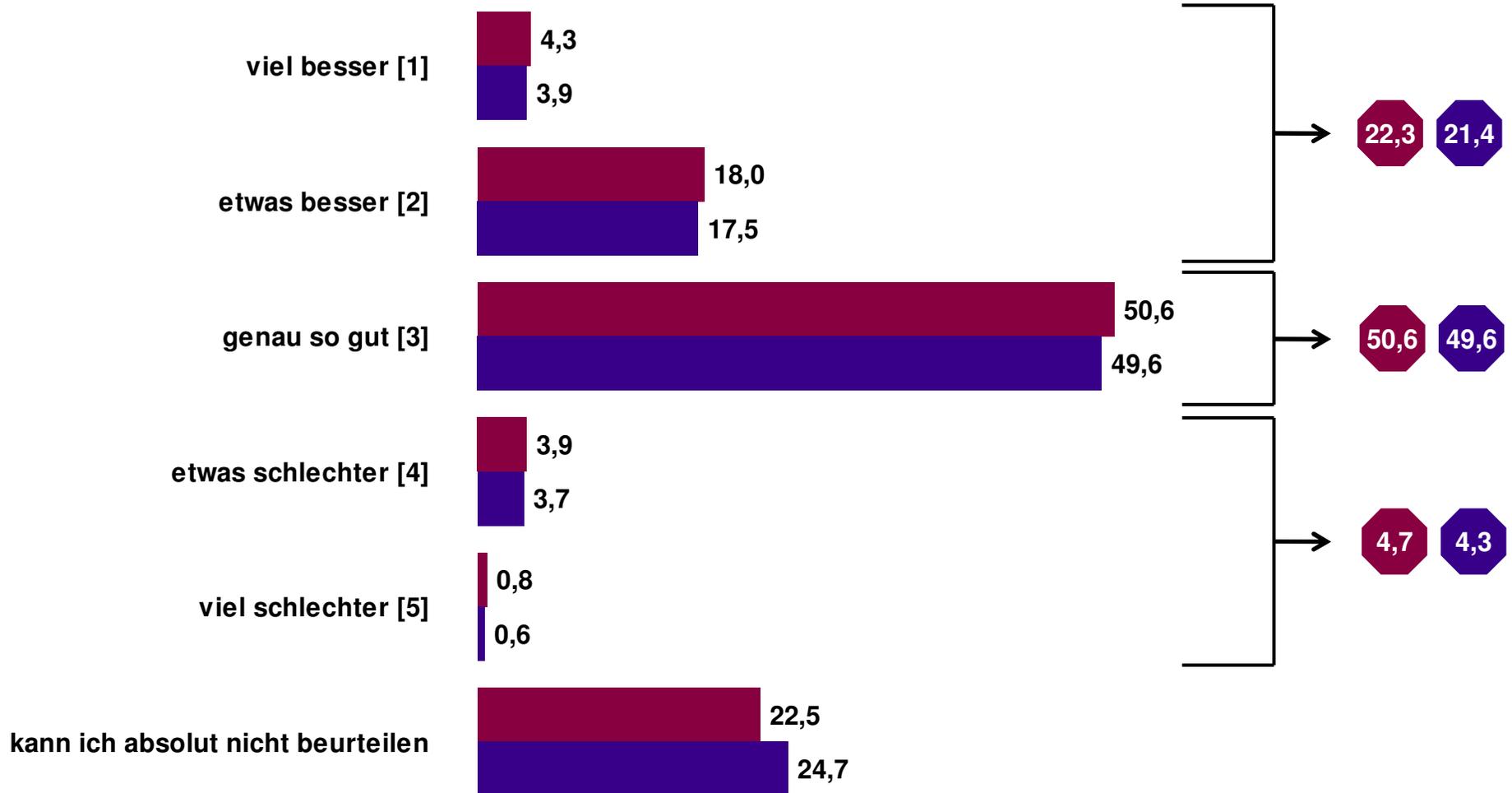
Kundenzufriedenheit: Zusammenfassung der Bewertung 1 + 2 sowie 3 bis 5

Verbleibswahrscheinlichkeit: Zusammenfassung der Bewertung 1 bis 3 sowie 4 + 5



Stromversorger im Vergleich

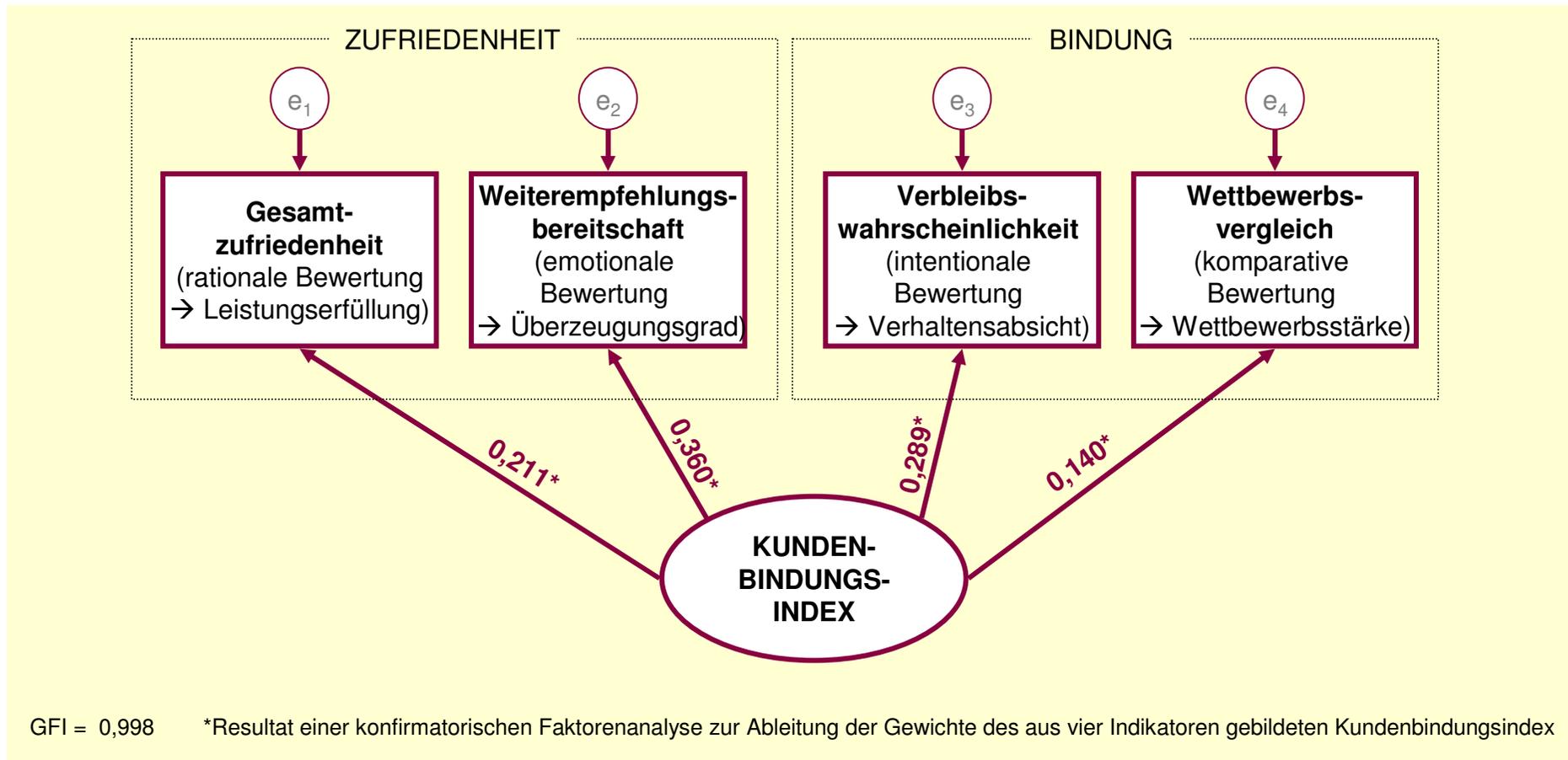
Wenn Sie Ihren aktuellen Stromversorger mit Ihnen bekannten anderen Stromversorgern vergleichen, halten Sie ihn für ...?



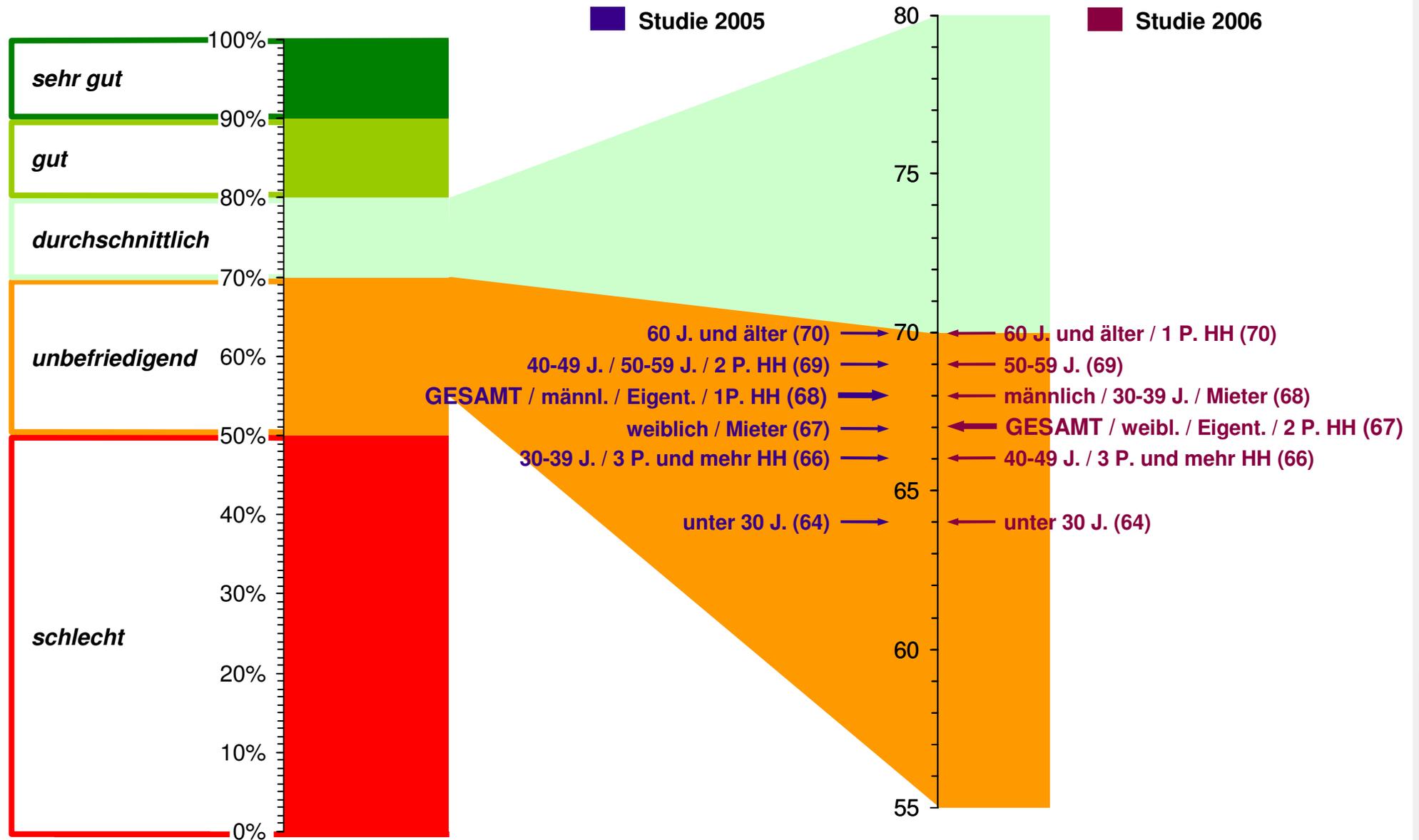
n = 1.200 Studie 2006 Ø = 2,7
 n = 1.200 Studie 2005 Ø = 2,7

Frage 27

Angaben in Prozent

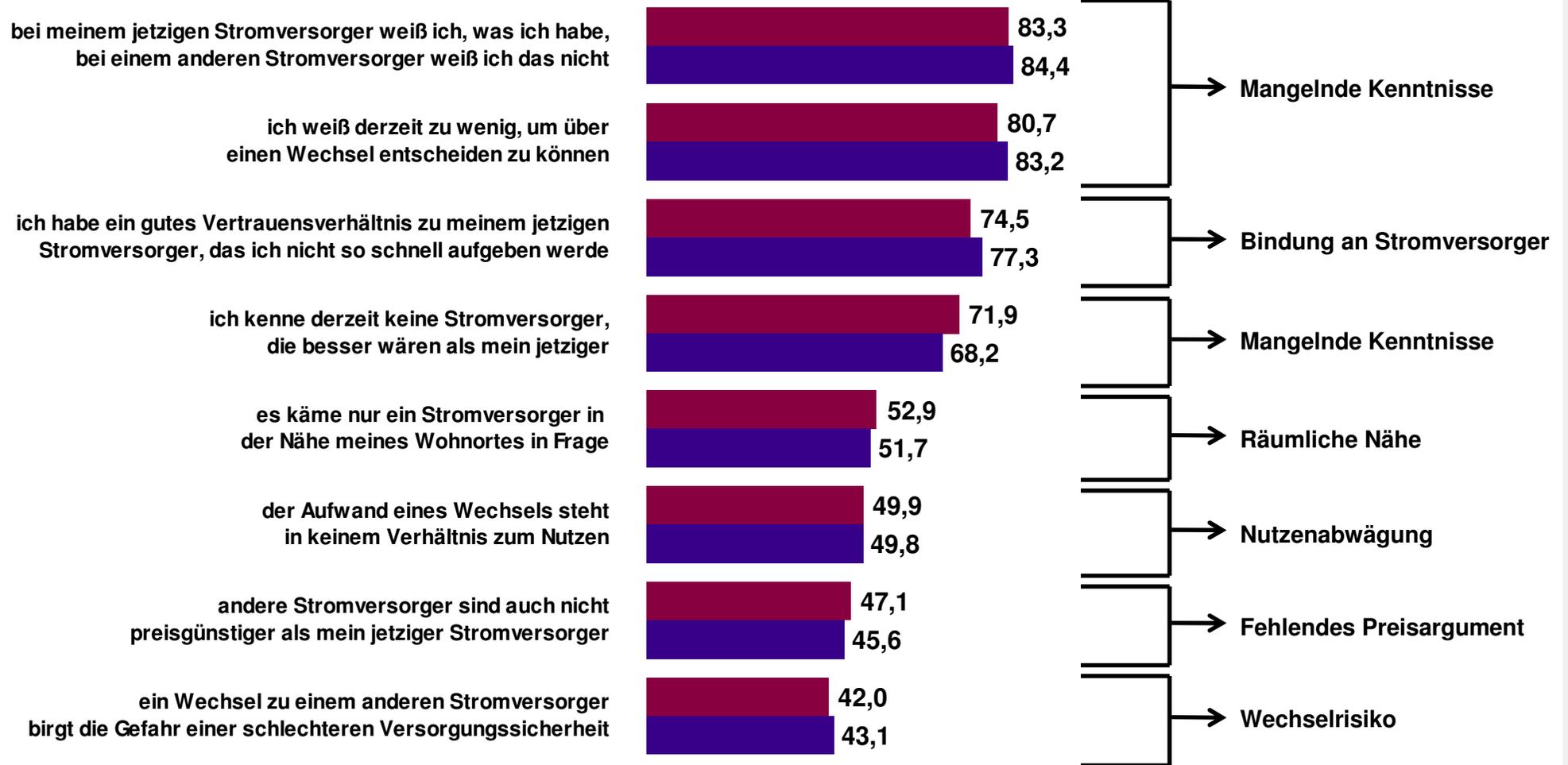


Kundenbindungsindex differenziert nach soziodemografischen Merkmalen



Ich lese Ihnen nacheinander einige Aussagen zum Wechsel des Stromversorgers vor. Sagen Sie mit bitte jeweils, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht.

Anteile „stimme der Aussage zu“

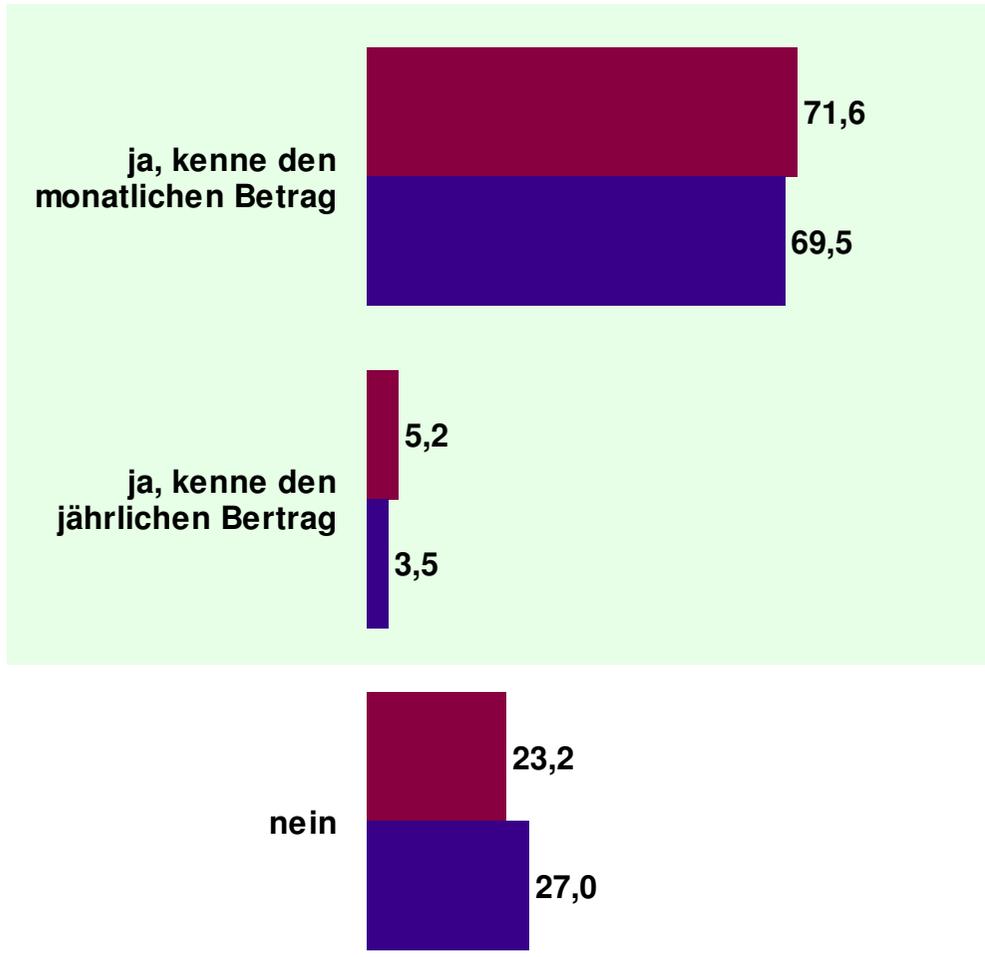


Frage 28

Angaben in Prozent

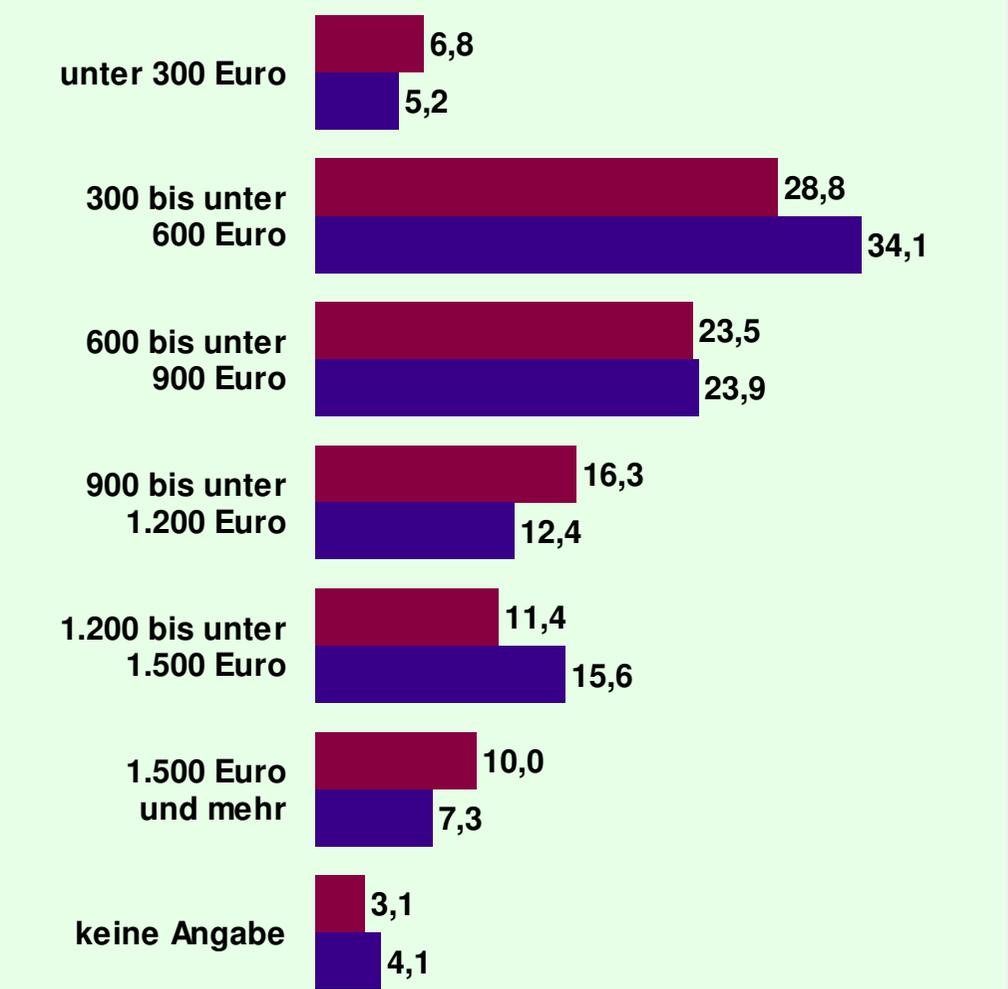
n = 1.200 Studie 2006 n = 1.200 Studie 2005

Wissen Sie, wie hoch Ihre jährliche Stromrechnung bzw. Ihre monatliche Stromabschlagszahlung ungefähr ausfällt?



Wenn ja, wie hoch ist der Betrag?

Werte umgerechnet in Jahresbeträge



n = 1.200 Studie 2006
n = 1.200 Studie 2005

n = 922 Studie 2006 Ø = rd. 870 Euro
n = 876 Studie 2005 Ø = rd. 830 Euro

Frage 30

Angaben in Prozent

Einschätzung des Informationsstandes zu den Tarifen des Stromversorgers und zum Wettbewerb in der Stromwirtschaft

Die Befragten schätzen ihren Informationsstand insgesamt schlecht ein. Zu den Tarifen des Stromversorgers fühlen sich 29,6% nicht informiert. 47,9% vergeben die Bewertung 4 + 5 hinsichtlich ihres Informationsstandes zum Wettbewerb in der Stromwirtschaft.

Wechselverhalten

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (94,0 %) hat seit 1998 keinen Wechsel des Stromversorgers vorgenommen. Fast die Hälfte dieser Gruppe (48,1%) haben gar nichts unternommen, 31,6% haben bereits über einen Versorgerwechsel nachgedacht und 18,5% haben einen neuen Tarif bzw. Vertrag mit ihrem bisherigen Stromversorger abgeschlossen. Die Wechselquote beträgt 6,0%.

Verbleibswahrscheinlichkeit

Nur 47,1% sagen, dass sie absolut sicher bzw. sehr wahrscheinlich bei ihrem Stromversorger verbleiben werden, hier ist die momentane Zufriedenheit (34,7%) ausschlaggebend für den Verbleib. 12,8% äußern einen (eher) unwahrscheinlichen Verbleib. Hauptgrund für den möglichen Wechsel dieser Personengruppe ist der Strompreis (90,5%).

Weiterempfehlungsquote

Nur 35,1% würden ihren Stromversorger absolut sicher bzw. sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. 22,3% halten eine Weiterempfehlung für eher unwahrscheinlich bzw. für unwahrscheinlich.

Stromversorger im Vergleich

50,6% halten ihren Stromversorger für genau so gut wie andere Stromversorger. 22,3% bewerten ihren Stromversorger besser als die Konkurrenz, nur 4,7% halten ihn für schlechter.

Wechselbarrieren

Die größten Wechselbarrieren basieren auf Unsicherheit und geringem Informationsstand: 83,3% geben an, dass sie bei ihrem jetzigen Stromversorger wissen was sie haben, bei einem anderen hingegen nicht. Weiterhin sagen 80,7%, dass sie derzeit zu wenig wissen, um über einen Wechsel entscheiden zu können.

Kundengruppen des Stromversorgers und Kundenbindungsindex

Bei näherer Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Zufriedenheit und Verbleibswahrscheinlichkeit fällt auf, dass 54,0% als loyale Kunden des Stromversorgers betrachtet werden können, sie äußern hohe Zufriedenheit bei gleichzeitig hoher Verbleibswahrscheinlichkeit. Demgegenüber steht die Gruppe der unzufriedenen Wechsler (niedrige Zufriedenheit bei ebenso niedriger Wahrscheinlichkeit des Verbleibs) mit 11,3%.

Der Kundenbindungsindex beträgt 67%.

Erdgasbezug

Zufriedenheit mit der Versorgungssicherheit – Erdgas

Bewertung des Preis-Leistungsverhältnis – Erdgas

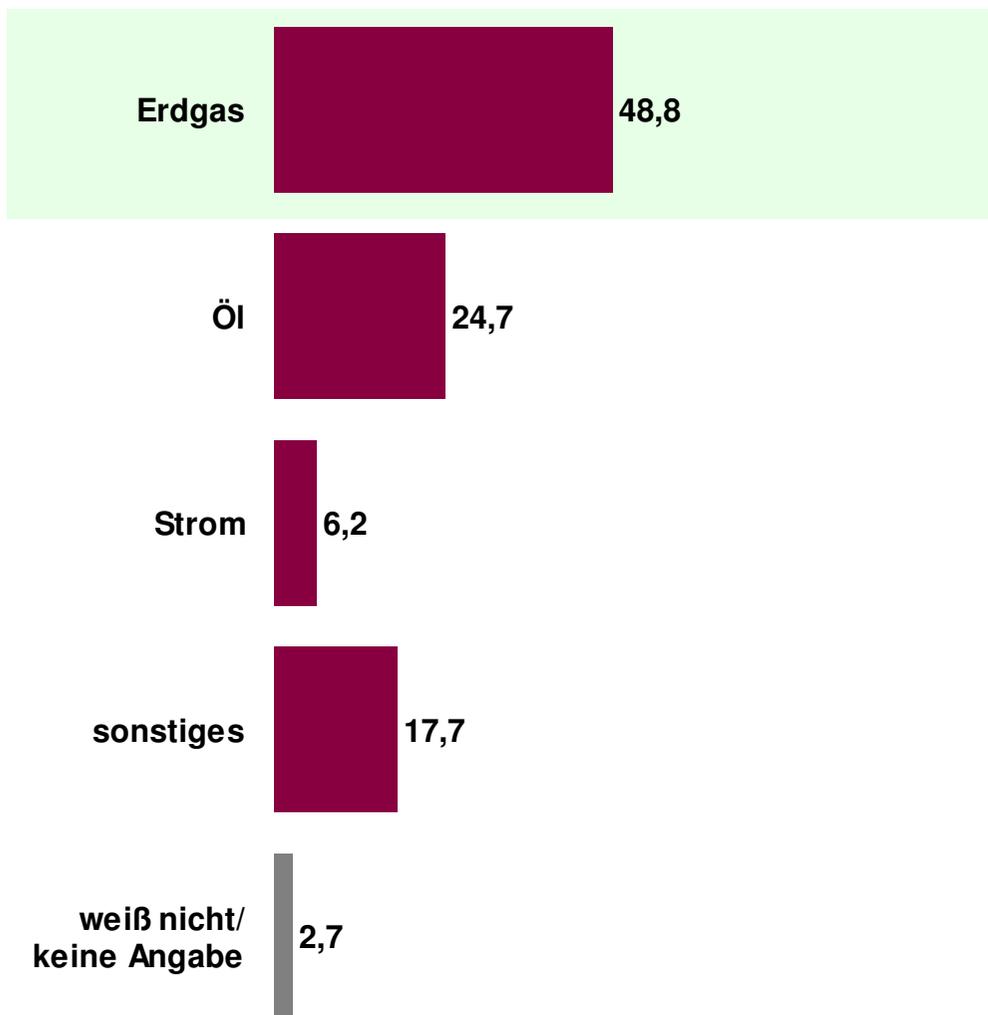
Wahrnehmung und Verbleibswahrscheinlichkeit

Wechselbarrieren – Erdgas

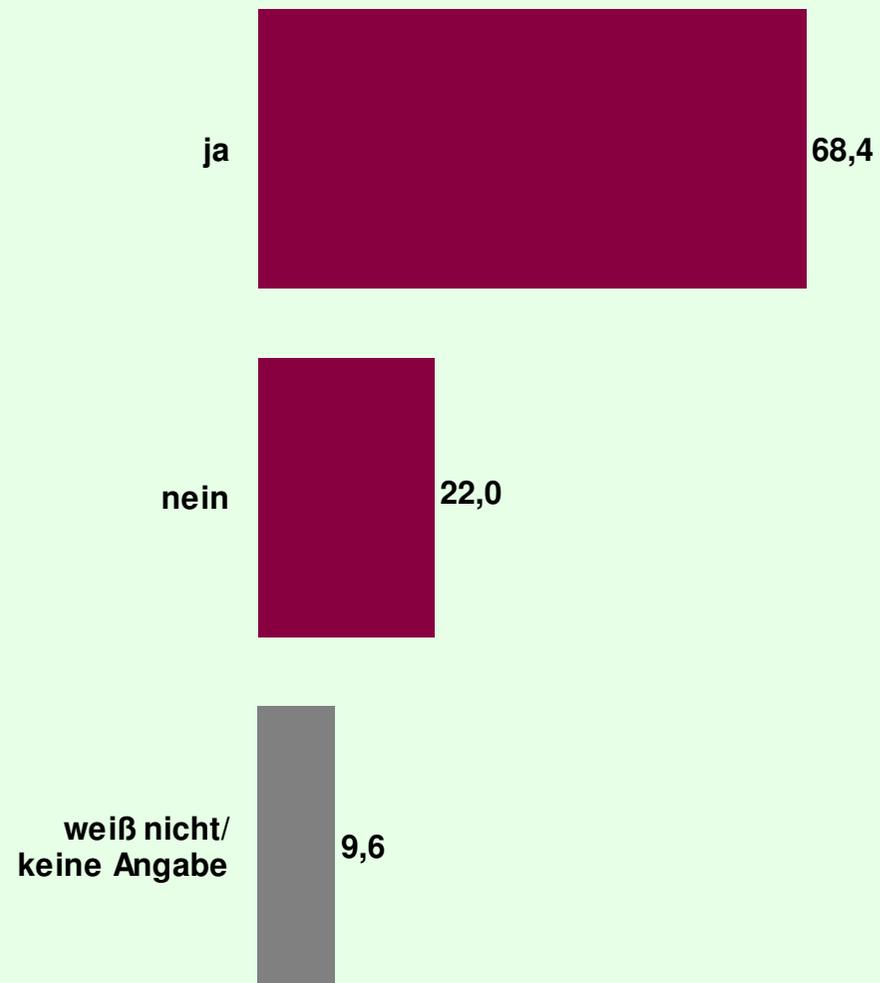
Erdgasrechnung

Zusammenfassung der Ergebnisse – Wettbewerb in der Erdgaswirtschaft

Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?



Beziehen Sie Erdgas auch bei Ihrem Stromversorger?

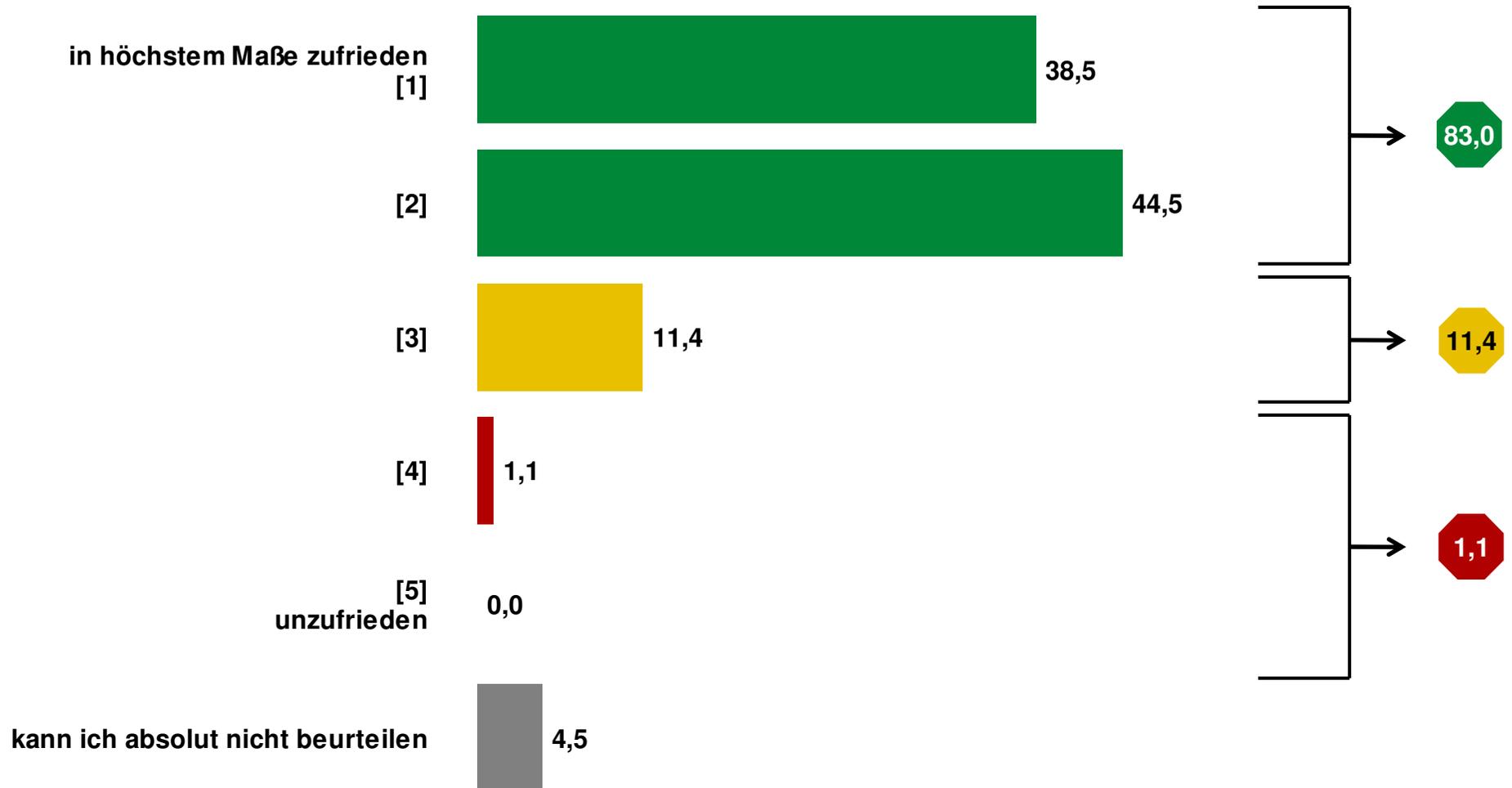


Frage 2.1, 2.2

Angaben in Prozent - n = 1.200

n = 585

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



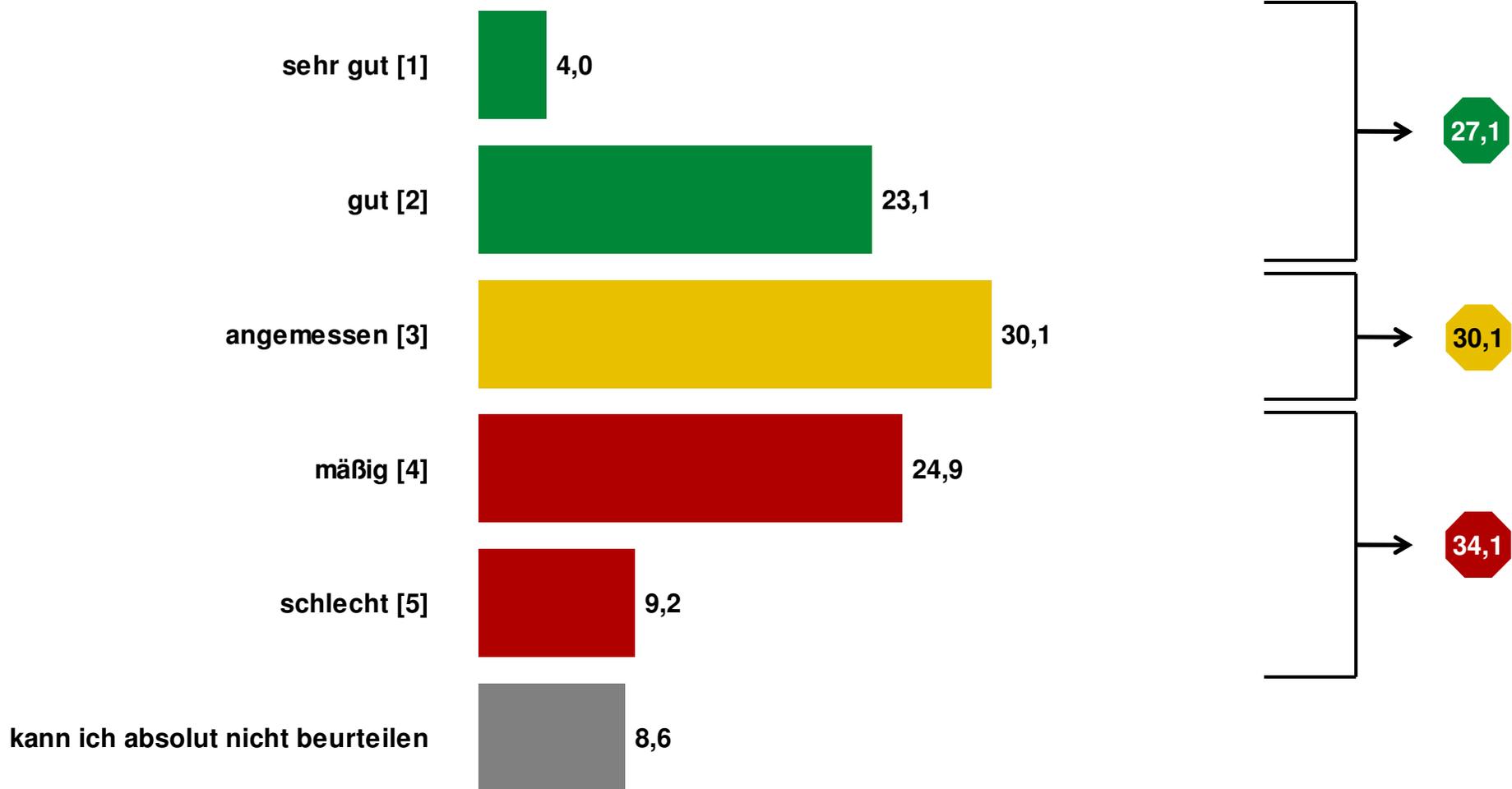
Frage 31

Angaben in Prozent - n = 585

Ø = 1,7

Bewertung des Preis-Leistungsverhältnis – Erdgas

Und wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers ins Verhältnis zu dessen Leistungen setzen? Ist das Preis-Leistungsverhältnis aus Ihrer Sicht ...?

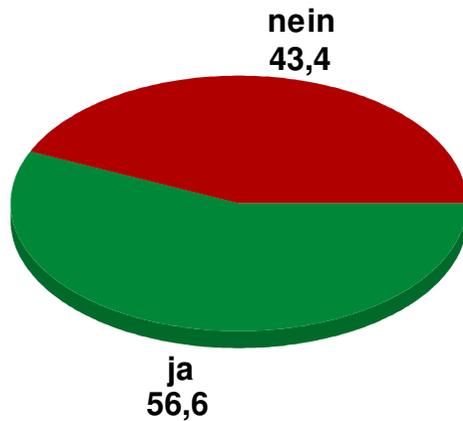


Frage 32

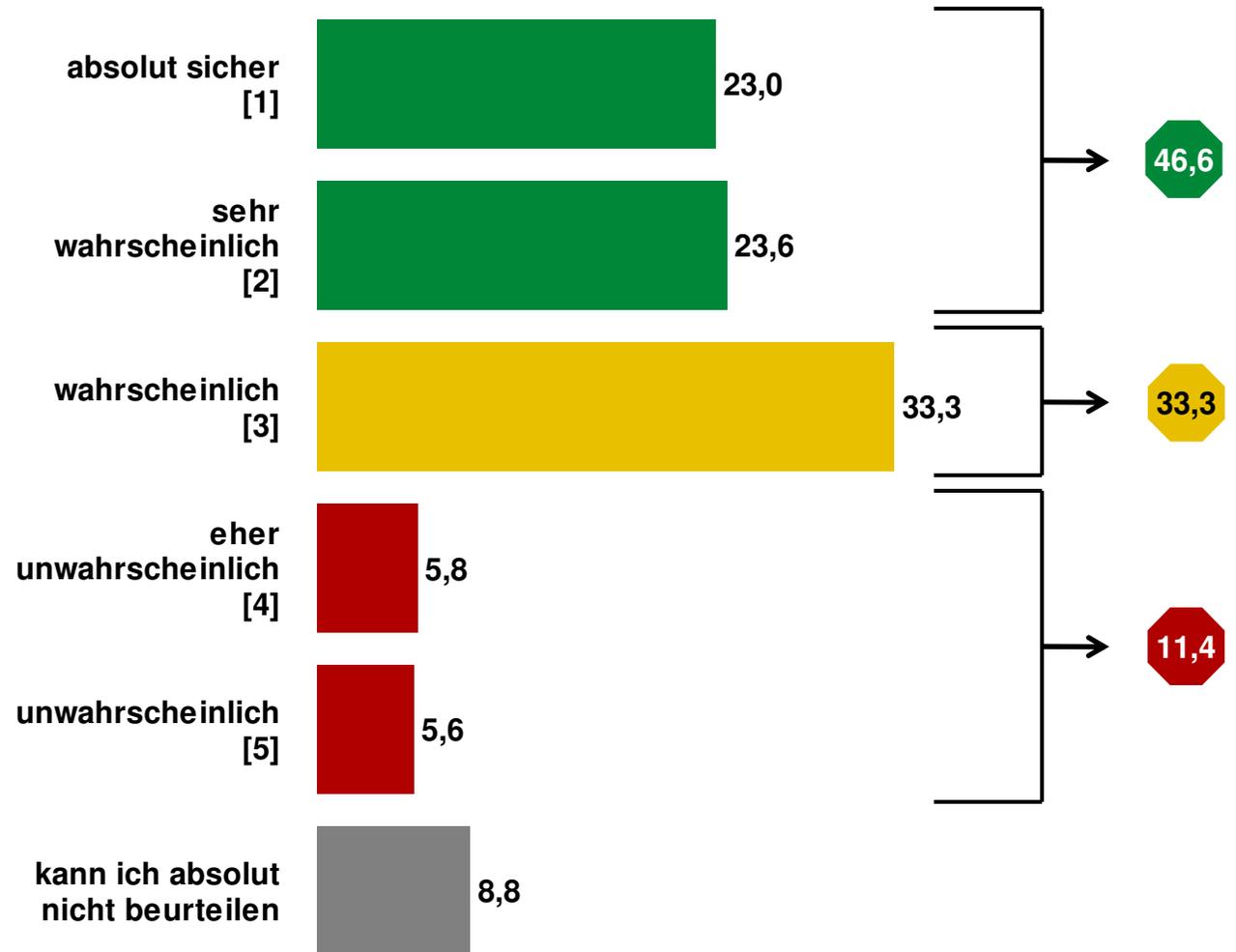
Angaben in Prozent - n = 585

Ø = 3,1

Unter den veränderten Wettbewerbsbedingungen in der Erdgaswirtschaft ist es seit Oktober 2006 möglich, den Erdgasversorger frei zu wählen. Haben Sie von dieser Entwicklung schon gehört?



Da Sie ab Oktober 2006 Ihren Erdgasversorger wechseln können, wie wahrscheinlich würden Sie dennoch Kunde Ihres jetzigen Erdgasversorgers bleiben? Wäre es ...?



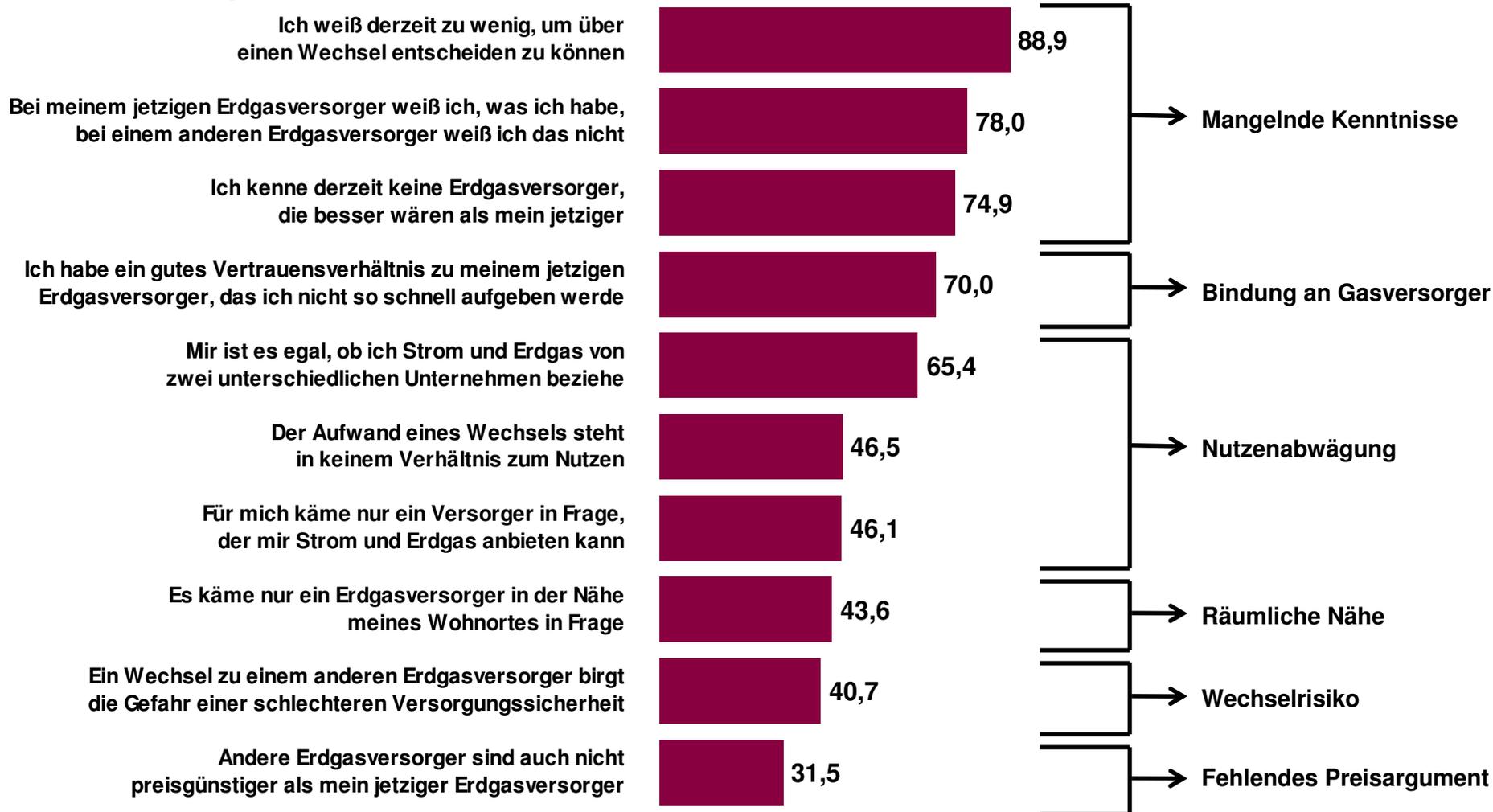
Frage 33, 34

Angaben in Prozent - n = 585

Ø = 2,4

Ich lese Ihnen nacheinander einige Aussagen zum Wechsel des Erdgasversorgers vor. Sagen Sie mit bitte jeweils, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht.

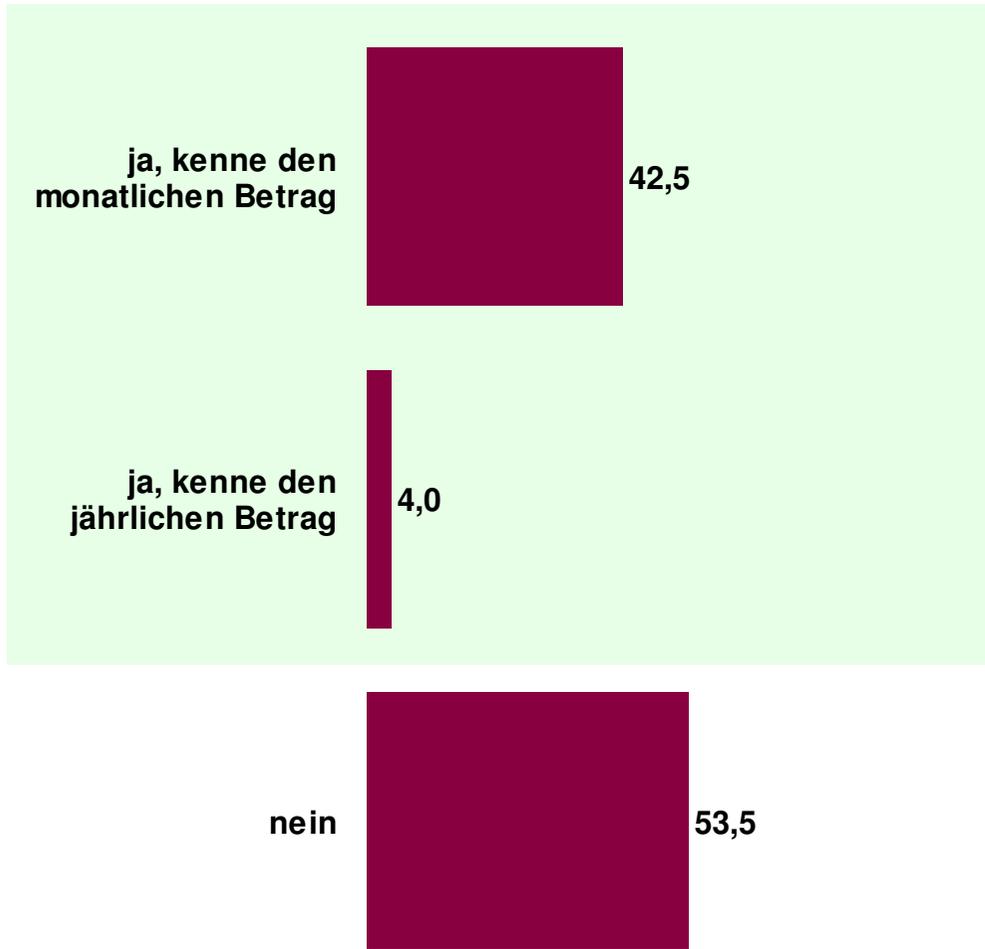
Anteile „stimme der Aussage zu“



Frage 34.1

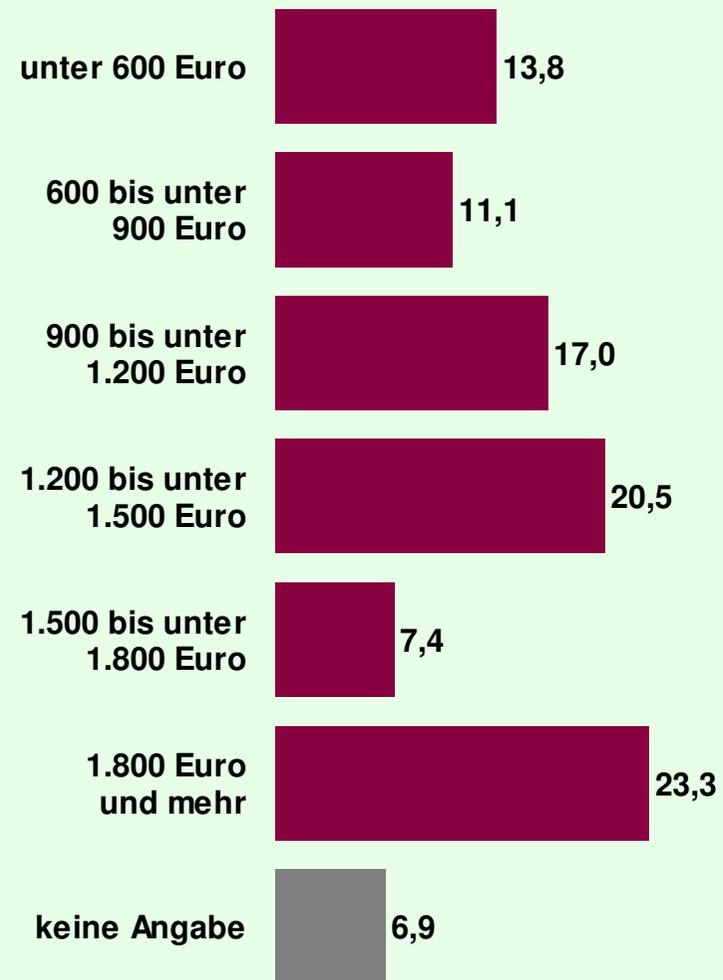
Angaben in Prozent - n = 585

Und wissen Sie, wie hoch Ihre jährliche Erdgasrechnung bzw. Ihre monatliche Erdgasabschlagszahlung ungefähr ausfällt?



Wenn ja, wie hoch ist der Betrag?

Werte umgerechnet in Jahresbeträge



Frage 35

Angaben in Prozent - n = 585

n = 272
Ø = rd. 1.410 Euro

Versorgungssicherheit

Die Befragten sind insgesamt sehr zufrieden mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung. 83,0% bewerten ihren Erdgasversorger mit den beiden besten Noten, nur 1,1% sind unzufrieden.

Preis-Leistungsverhältnis

Nur rund ein Viertel der Befragten beurteilen das Preis-Leistungsverhältnis ihres Erdgasversorgers als gut bis sehr gut (27,1%), 30,1% halten das Preis-Leistungsverhältnis für angemessen. Mehr als ein Drittel sind unzufrieden mit den Erdgaspreisen und beurteilen das Preis-Leistungsverhältnis als mäßig bis schlecht (34,1%).

Wettbewerbswahrnehmung und Verbleibswahrscheinlichkeit

Die veränderten Wettbewerbsbedingungen in der Erdgaswirtschaft seit Oktober 2006 wurden von 56,6% der Befragten bereits wahrgenommen.

Einen absolut sicheren bzw. sehr wahrscheinlichen Verbleib bei ihrem Erdgasversorger geben 46,6% der Erdgaskunden an. 11,4% äußern einen (eher) unwahrscheinlichen Verbleib.

Wechselbarrieren

Die größten Wechselbarrieren auf dem Erdgasmarkt basieren auf geringem Informationsstand und Unsicherheit: 88,9% sagen, dass sie derzeit zu wenig wissen, um über einen Wechsel entscheiden zu können. 78,0% geben an, dass sie bei ihrem jetzigen Erdgasversorger wissen was sie haben, bei einem anderen hingegen nicht. Weiterhin sagen 74,9%, dass sie derzeit keinen besseren Erdgasversorger als ihren jetzigen kennen.

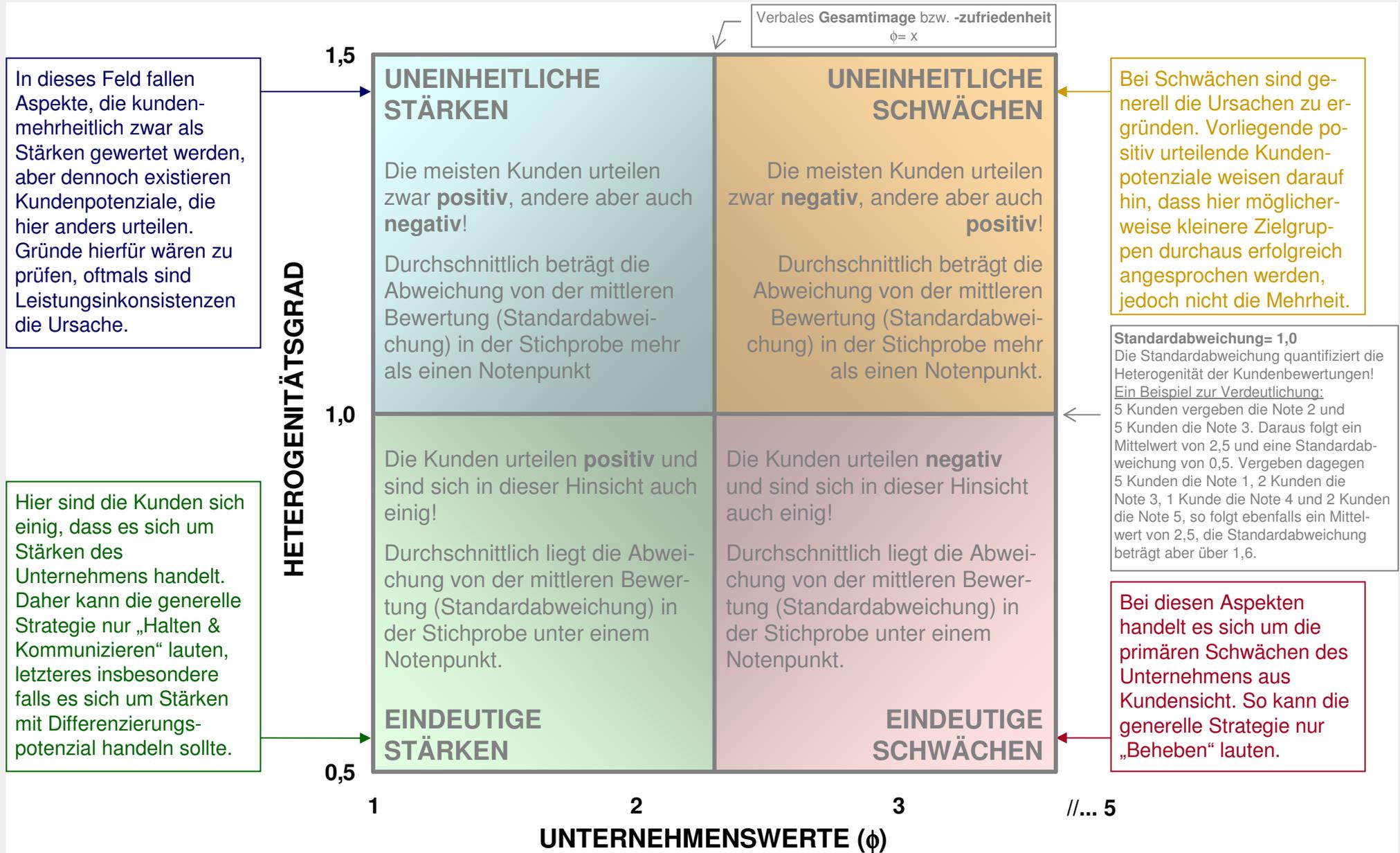


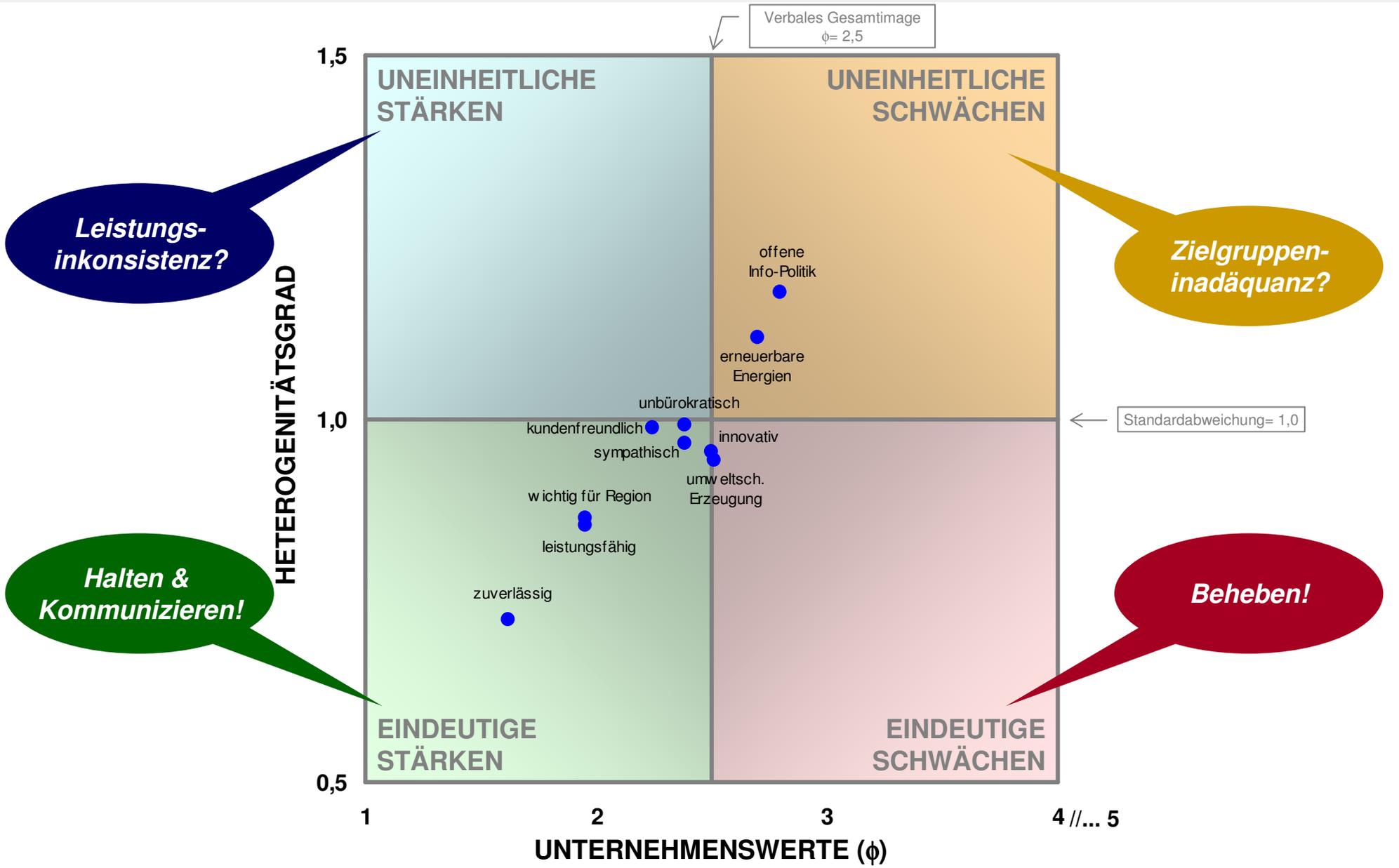
Unternehmens-Check „Energieversorger“ — Erläuterung

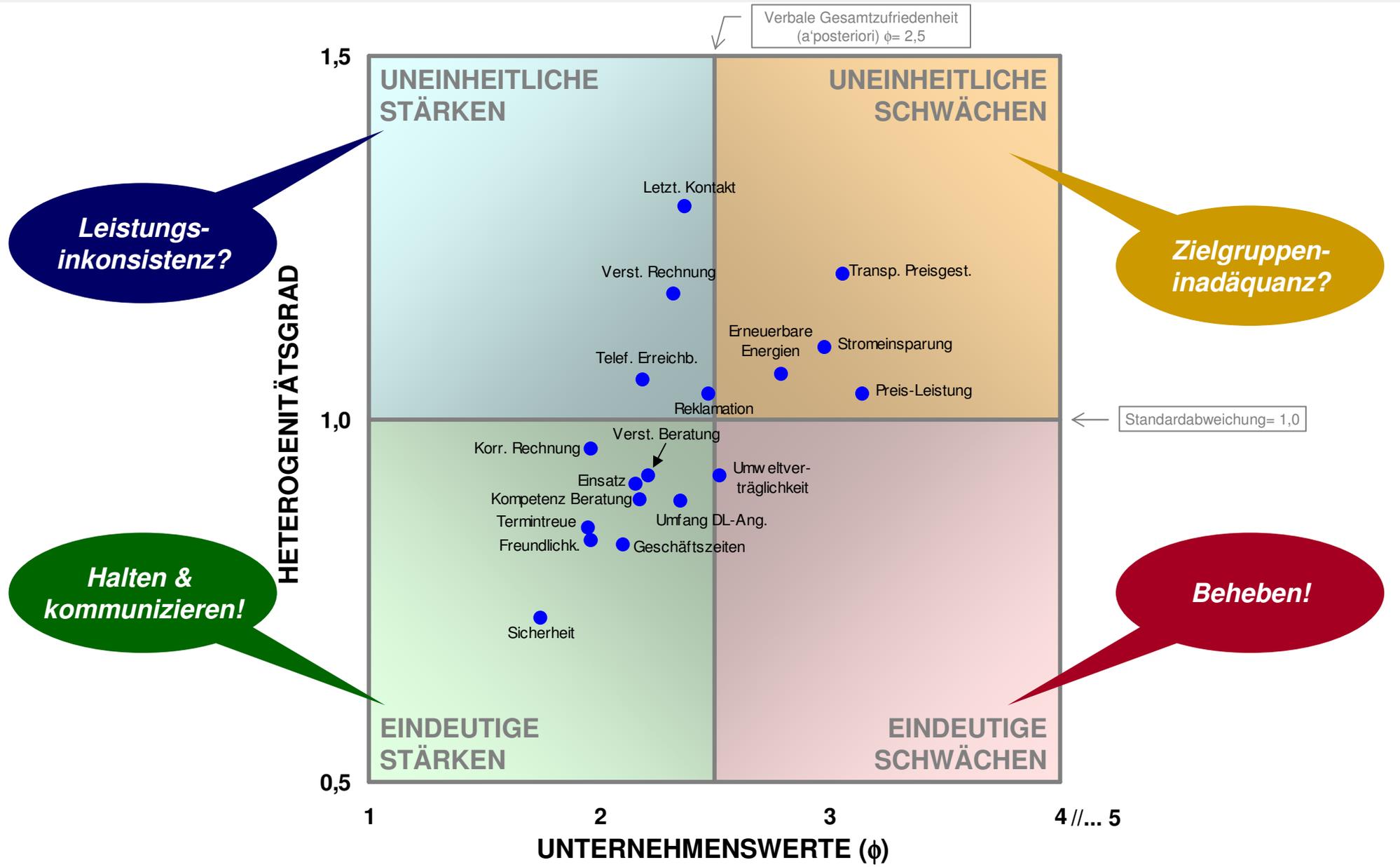
Unternehmens-Check Energieversorger — Unternehmensimage

Unternehmens-Check Energieversorger — Kundenzufriedenheit

Unternehmens-Check „Stromversorger“ — Erläuterung



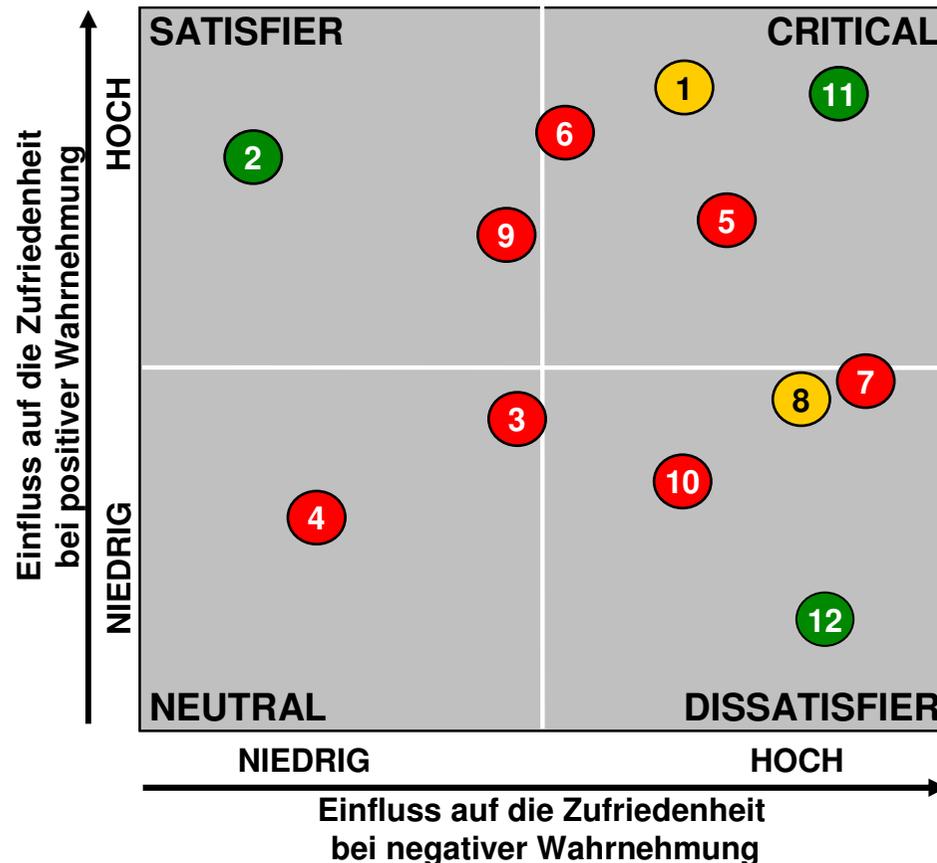




Aufgabe & Hintergrund der Treiberanalyse

Treiberanalyse

Bindungsanalyse



AUFGABE:

Untersuchung (Korrespondenzanalyse) des Einflussgrades sowie der Struktur des Einflusses von Einzelaspekten des Images bzw. der Zufriedenheit auf das Image bzw. die Kundenzufriedenheit insgesamt.

HINTERGRUND:

Zu unterscheiden sind:

erstens ein proportionaler Einfluss, d.h. Zufriedenheit und Unzufriedenheit mit einem Einzelaspekt haben Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit insgesamt zur Folge

→ Criticals

zweitens disproportionale Einflusststrukturen und hierbei zwei Varianten:

a) die Zufriedenheit mit einem Einzelaspekt wirkt sich nur wenig auf die Gesamtzufriedenheit aus, aber Unzufriedenheit mit dem Aspekt bewirkt Unzufriedenheit insgesamt

→ Dissatisfier

→ b) die Unzufriedenheit mit einem Teilaspekt nimmt nur geringen Einfluss auf die Gesamtunzufriedenheit, aber die Zufriedenheit mit dem Aspekt bewirkt Zufriedenheit insgesamt

→ Satisfier

und schließlich **drittens** ein im Vergleich zu den übrigen Faktoren eher neutraler Einfluss

→ Neutrals

Neben dem indirekten Einfluss der Detailimages und Detailzufriedenheiten auf die Kundenbindung über das Gesamtimage und die Gesamtzufriedenheit lässt sich auch der direkte Einfluss der Detailaspekte auf die Kundenbindung analysieren. In diesem Fall wird zwischen

→ Criticals

→ Deloyalizern

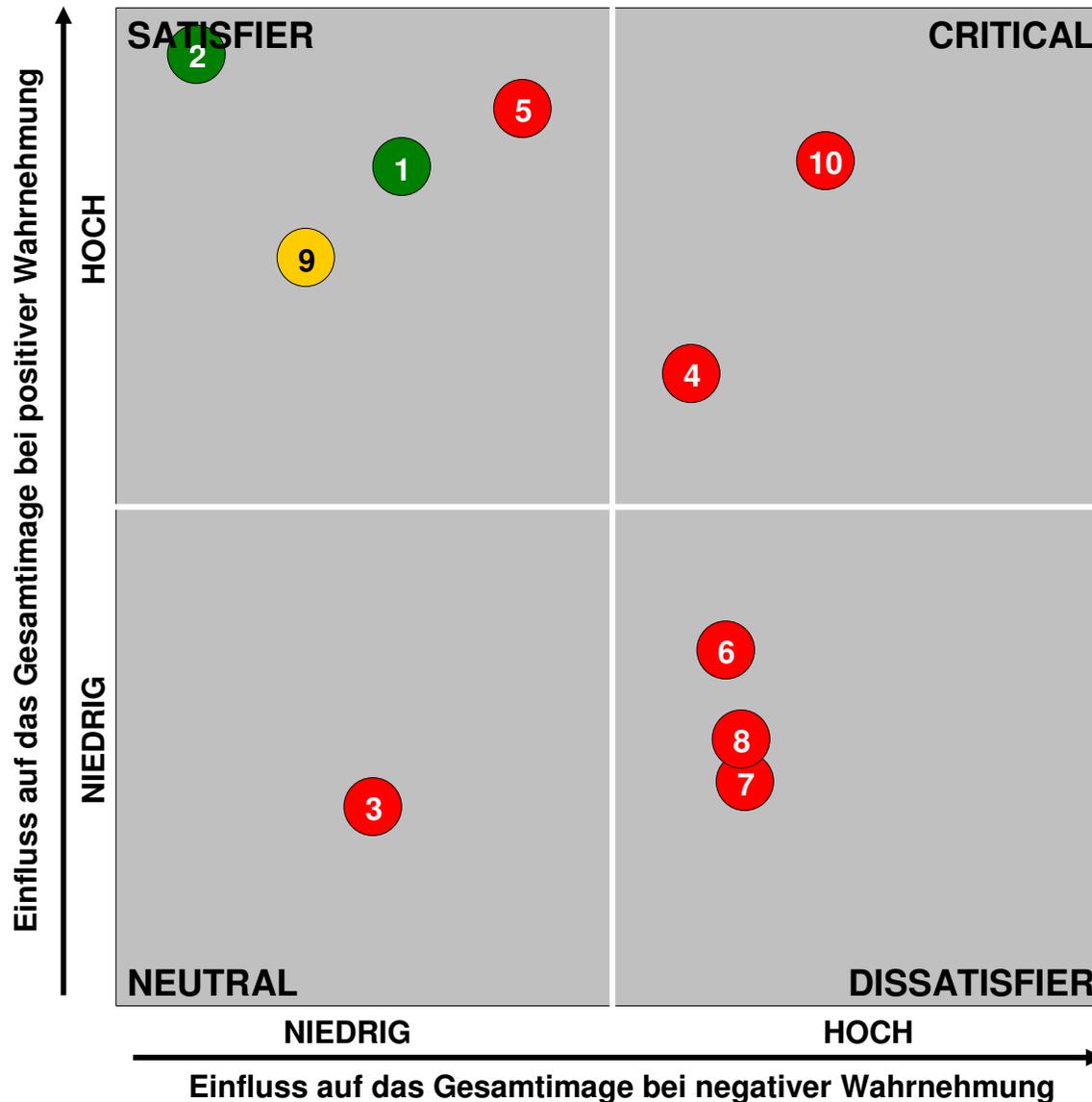
→ und Loyalizern

differenziert.

Erfüllung der Kundenzufriedenheits-/Qualitätsaspekte für Satisfier, Criticals und Dissatisfier (Prozent auf Basis ohne Anteil „kann ich nicht beurteilen“):

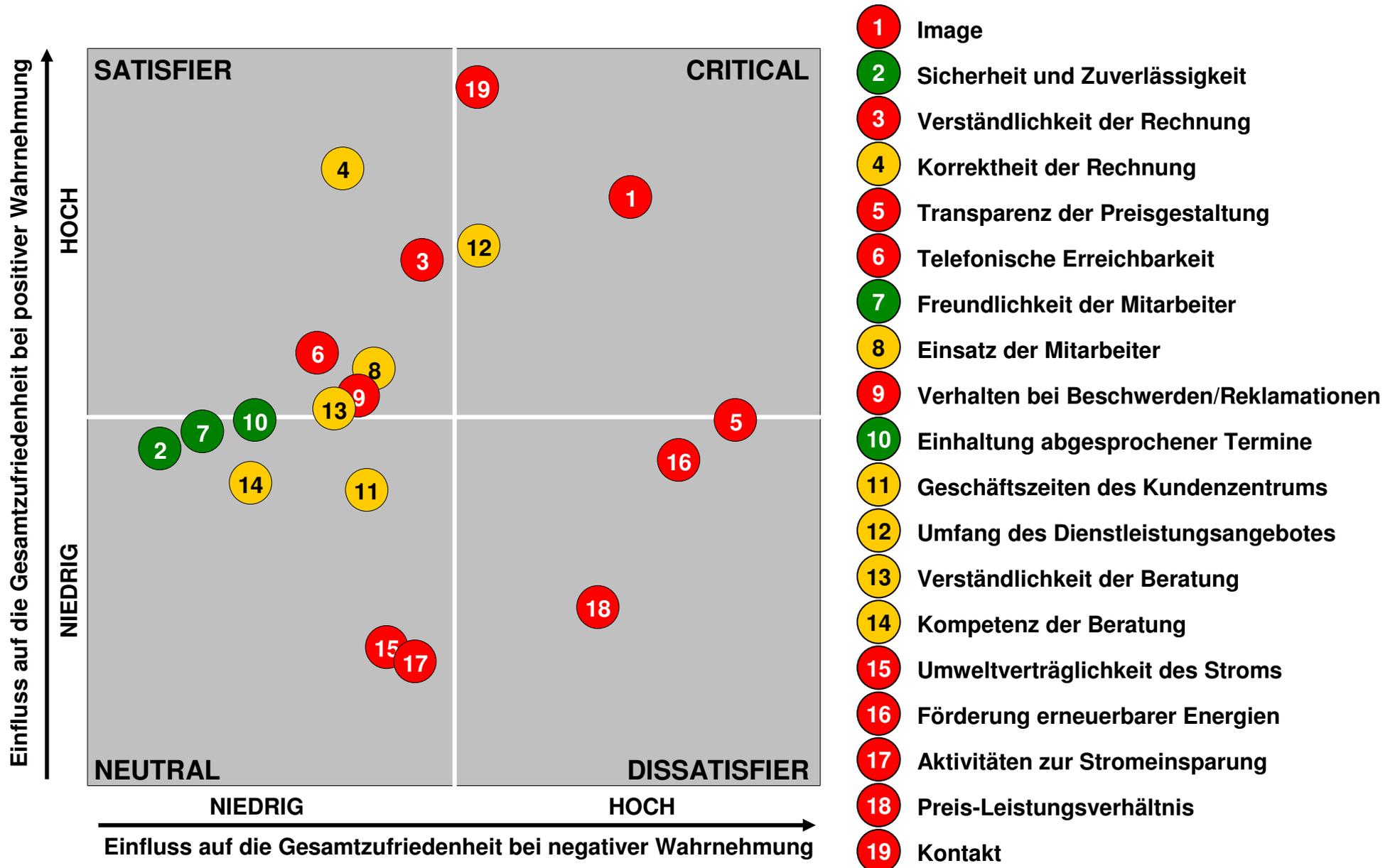
- „gut“ Top-2-Notenanteil > 75% und Bottom-2-Notenanteil < 5%
- „schlecht“ Top-2-Notenanteil ≤ 50% oder Bottom-2-Notenanteil ≥ 10%
- „mittelmäßig“ wenn „gut“ und „schlecht“ nicht zutrifft

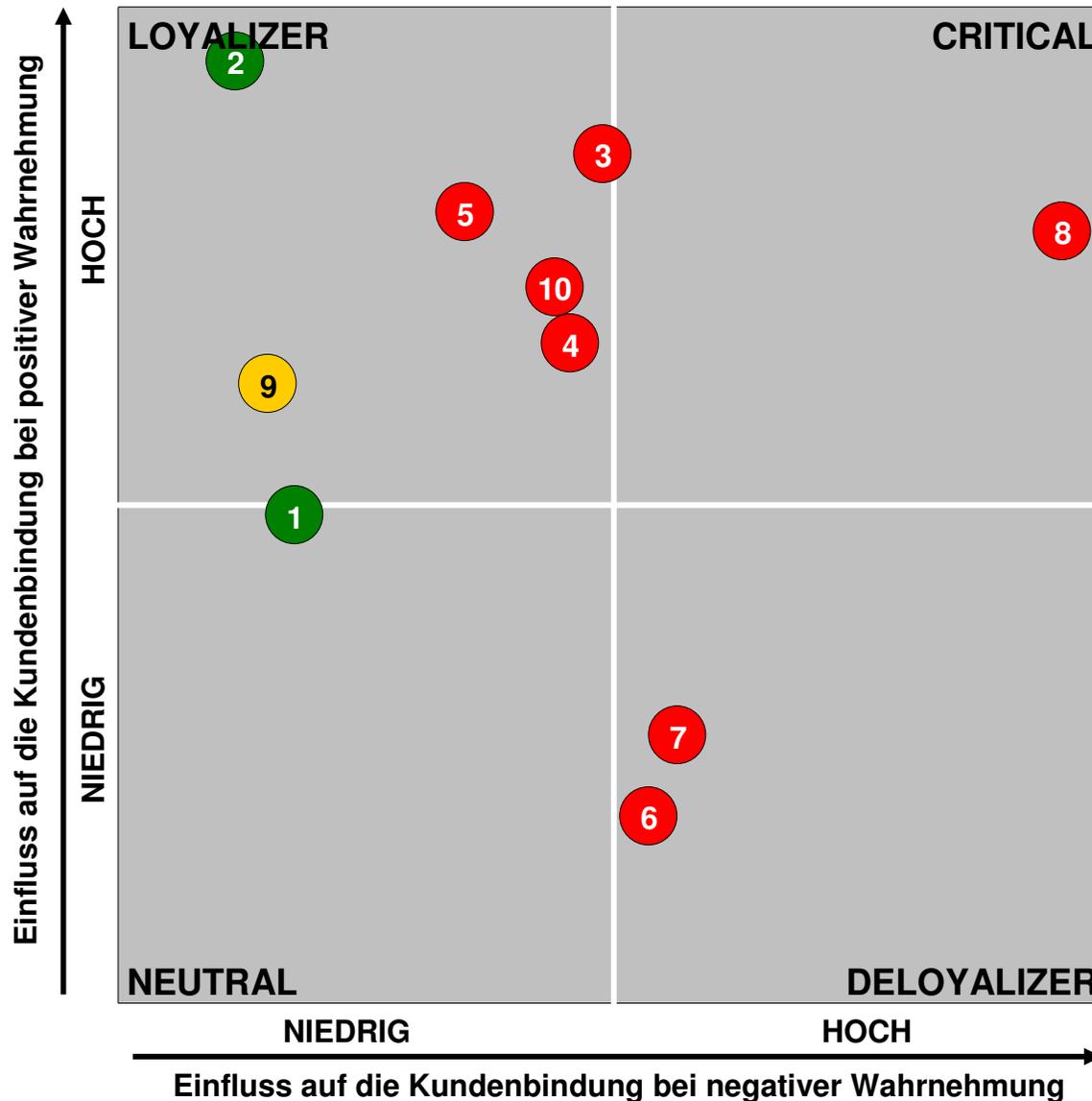
Treiberanalyse – Detailimage in Bezug auf die Gesamtimage



- 1 leistungsfähig
- 2 zuverlässig
- 3 unbürokratisch
- 4 innovativ
- 5 kundenfreundlich
- 6 umweltschonende Stromerzeugung
- 7 unterstützt erneuerbare Energieformen
- 8 offene und ehrliche Informationspolitik
- 9 wichtig für die Region
- 10 sympathisch

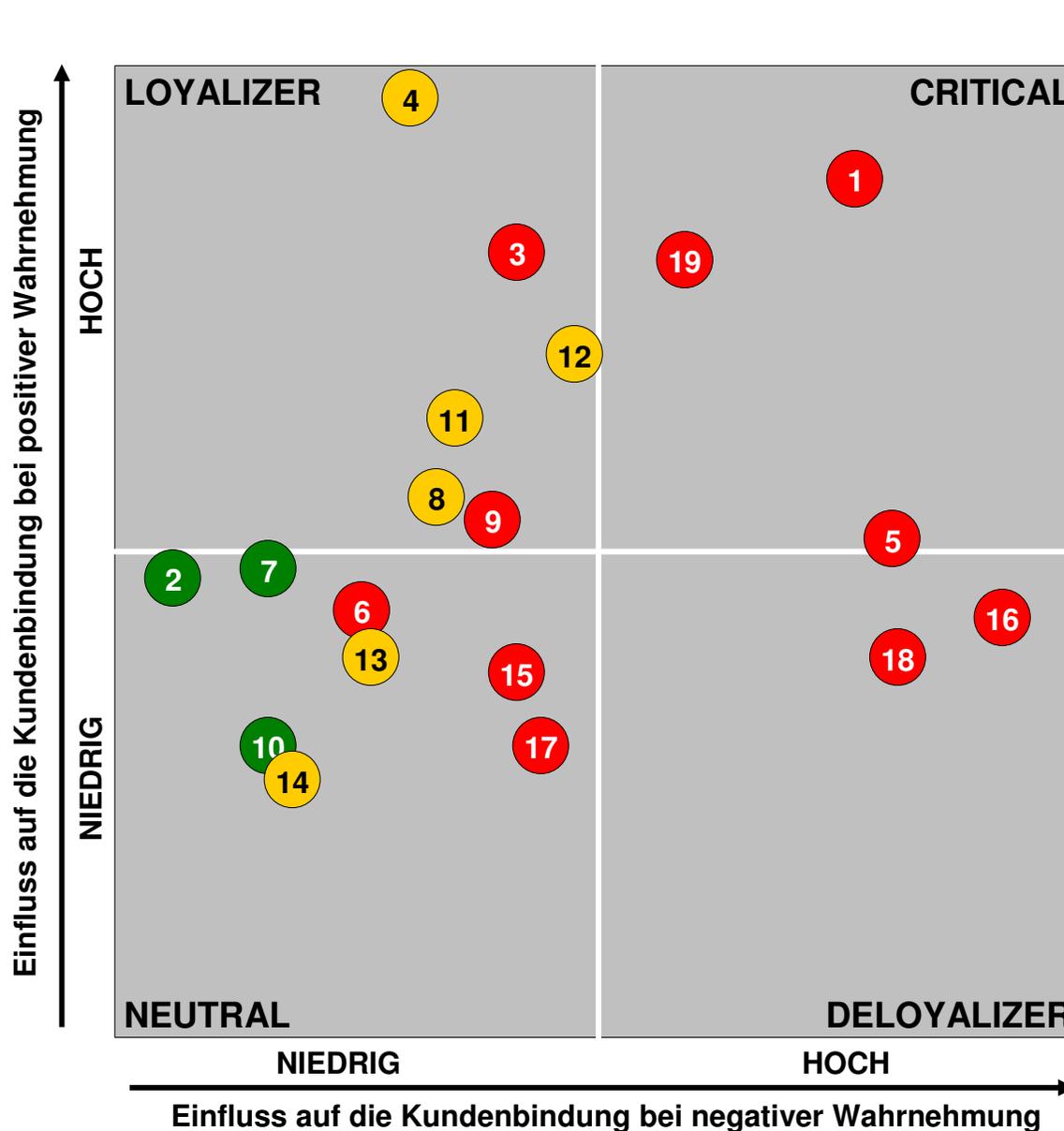
Treiberanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit





- 1 leistungsfähig
- 2 zuverlässig
- 3 unbürokratisch
- 4 innovativ
- 5 kundenfreundlich
- 6 umweltschonende Stromerzeugung
- 7 unterstützt erneuerbare Energieformen
- 8 offene und ehrliche Informationspolitik
- 9 wichtig für die Region
- 10 sympathisch

Bindungsanalyse – Detailzufriedenheit in Bezug auf die Kundenbindung



- 1 Image
- 2 Sicherheit und Zuverlässigkeit
- 3 Verständlichkeit der Rechnung
- 4 Korrektheit der Rechnung
- 5 Transparenz der Preisgestaltung
- 6 Telefonische Erreichbarkeit
- 7 Freundlichkeit der Mitarbeiter
- 8 Einsatz der Mitarbeiter
- 9 Verhalten bei Beschwerden/Reklamationen
- 10 Einhaltung abgesprochener Termine
- 11 Geschäftszeiten des Kundenzentrums
- 12 Umfang des Dienstleistungsangebotes
- 13 Verständlichkeit der Beratung
- 14 Kompetenz der Beratung
- 15 Umweltverträglichkeit des Stroms
- 16 Förderung erneuerbarer Energien
- 17 Aktivitäten zur Stromeinsparung
- 18 Preis-Leistungsverhältnis
- 19 Kontakt



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



STANDARDFRAGEBOGEN JAHRGANG 2006/2007

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

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

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



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



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

Frage 2 Welches Energieversorgungsunternehmen versorgt Sie mit Strom?
Energieversorger: _____

Frage 2.1 Womit heizen Sie vorwiegend Ihre Wohnung/Ihr Haus?

- 1 Erdgas..... → Frage 2.2
 2 Öl..... → Frage 3
 3 Strom..... → Frage 3
 4 sonstiges → Frage 3

Frage 2.2 Beziehen Sie Erdgas ebenfalls bei ...[EVU lt. Frage 2]? Wenn nein, sagen Sie mir bitte, bei welchem Energieversorger Sie Erdgas beziehen.

- 1 ja
 2 nein, beziehe Erdgas bei _____

WECHSELVERHALTEN

Frage 3 Sind Sie seit 1998 umgezogen, oder haben Sie einen Haushalt neu gegründet, d.h. Gründung nach Auszug aus dem Elternhaus oder einem anderen bestehenden Haushalt? (Einfachnennung)

- 1 ja, umgezogen..... → Frage 3.3
 2 ja, Haushalt neu gegründet..... → Frage 3.1
 3 nein, nichts von dem..... → Frage 4

Frage 3.1 In welcher Stadt haben Sie Ihren Haushalt gegründet? Nennen Sie mir bitte, wenn möglich auch die Postleitzahl.

Stadt: _____

PLZ: _____



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Frage 3.2 Sind Sie nach Ihrer Haushaltsgründung noch ein- oder mehrere Male umgezogen?

- 1 ja, einmal
- 2 ja, mehrere Male
- 3 nein → Frage 4

Frage 3.3 (Bei mehreren Umzügen: Denken Sie bitte einmal an Ihren letzten Umzug.) In welcher Stadt haben Sie vor dem Umzug gewohnt und in welcher Stadt wohnen Sie derzeit? Bitte nennen Sie mir, wenn möglich auch die Postleitzahlen der Städte.

Von Stadt: _____ PLZ: _____
nach Stadt: _____ PLZ: _____

Frage 3.4 Bekommen Sie seitdem Ihren Strom von einem anderen Energieversorger, oder sind Sie bei Ihrem Energieversorger geblieben?

- 1 bekomme seitdem Strom von einem anderen Energieversorger
- 2 bin bei meinem Energieversorger geblieben..... → Frage 4

Frage 3.5 Von welchem Energieversorger haben Sie vorher Ihren Strom bekommen?

Frage 4 Haben Sie unabhängig von Haushaltsgründung oder Umzügen seit der Öffnung des Strommarktes 1998 einen neuen Tarif bzw. Vertrag bei Ihrem Energieversorger abgeschlossen, oder haben Sie zu einer neuen Marke Ihres Energieversorgers gewechselt, oder sind Sie zu einem anderen Energieversorger gewechselt?

- 1 neuen Vertrag mit bisherigem Energieversorger → Frage 12
- 2 neue Marke des bisherigen Versorgers → Frage 6
- 3 Wechsel zu anderem Energieversorger..... → Frage 7
- 4 nein, nichts davon → Frage 5

Frage 5 Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, Ihren Stromversorger zu wechseln?

- 1 ja, habe schon einmal darüber nachgedacht → Frage 11
- 2 nein → Frage 12

FRAGENKOMPLEX MARKENWECHSLER

Frage 6 Wie heißt die Marke Ihres bisherigen Energieversorgers, zu der Sie gewechselt sind?

→ Frage 12



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



FRAGENKOMPLEX VERSORGER-WECHSLER

Frage 7 Wann haben Sie Ihren Stromversorger gewechselt?

Frage 8 Von welchem Energieversorger haben Sie vorher Ihren Strom bekommen?

Frühere/r Stromversorger: _____

Frage 9 War dies Ihr erster Wechsel, oder haben Sie bereits mehrmals Ihren Stromversorger gewechselt, wenn ja wie oft?

- 1 Das war mein erster Wechsel.
- 2 Ich habe bereits mehrmals gewechselt und zwar _____ mal.

Frage 10 Was waren die Hauptgründe, warum Sie Ihren Stromversorger gewechselt haben?

→ Frage 12

FRAGENKOMPLEX WECHSEL-AFFINE

Frage 11 Warum haben Sie bislang nicht gewechselt?

A'PRIORI-ZUFRIEDENHEIT

Frage 12 Wenn Sie an Ihren aktuellen Energieversorger [Frage 2] denken, wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Energieversorger [Frage 2]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maß zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

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

() Bewertung



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



WAHRNEHMUNGSQUELLEN DES AKTUELLEN EVU

Frage 13 Wo haben Sie in letzter Zeit etwas über Ihren Energieversorger [Frage 2] gehört, gesehen oder gelesen? Begrenzung auf 5 Nennungen!

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

- 1 Anzeigen in Tageszeitungen
- 2 Artikel/Berichterstattung in Tageszeitungen
- 3 Anzeigen in Fachzeitschriften
- 4 Artikel/Berichterstattung in Fachzeitschriften
- 5 Kundenzeitschrift
- 6 Radio-Werbespots
- 7 Berichterstattung im Radio
- 8 Fernsehwerbung
- 9 Berichterstattung im Fernsehen
- 10 Messen
- 11 Plakatwerbung
- 12 Werbung in Sportstadien (Trikot, Banden etc.)
- 13 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- 14 bei Diskussionen mit Berufskollegen
- 15 bei Diskussionen im Freundes-/Verwandtenkreis
- 16 Werbebroschüren u.ä.
- 17 Stromrechnung
- 18 Mailing-Aktionen (Infopost, Postwurfsendungen)
- 19 Internet
- 20 habe nichts gehört, gesehen, gelesen
- 21 Werbung auf Fahrzeugen
- 22 weiß nicht mehr
- 23 sonstiges, und zwar _____

Frage 14 Können Sie sich an Werbung Ihres Energieversorgers [Frage 2] in letzter Zeit erinnern?

- 1 ja
- 2 nein → Frage 15

Frage 14.1 Wo haben Sie Werbung Ihres Energieversorgers [Frage 2] gehört, gesehen oder gelesen?

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

- 1 Tageszeitungen
- 2 Zeitschriften
- 3 Radio
- 4 Fernsehen
- 5 Plakate
- 6 Öffentliche Verkehrsmittel
- 7 Fahrzeuge des Stromversorgers, Infomobil
- 8 Mailing-Aktionen (Infopost, Postwurfsendungen)
- 9 Werbung (Sponsoring) bei anderen Veranstaltungen
- 10 sonstiges und zwar: _____

Seite 5 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Frage 14.2 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 15 Wie beurteilen Sie insgesamt den öffentlichen Auftritt Ihres Energieversorgers [Frage 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 16 In der folgenden Frage geht es um das Image, das Ansehen, welches Ihr Energieversorger [Frage 2] bei Ihnen hat. Zu diesem Zweck nenne ich Ihnen gleich einige Aussagen, mit denen Sie Ihre Einstellung zu Ihrem Energieversorger [Frage 2] charakterisieren können. Bitte beurteilen Sie anhand einer Bewertungsskala von 1 bis 5, ob diese Aussagen auf Ihren Energieversorger [Frage 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 [Frage 2] ...“

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

- () ist ein leistungsfähiges Unternehmen
- () ist ein zuverlässiger Versorger
- () arbeitet unbürokratisch
- () ist innovativ
- () ist kundenfreundlich
- () sorgt für eine umweltschonende Stromerzeugung
- () unterstützt die erneuerbaren Energieformen wie Sonne, Wind und Wasser
- () betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik
- () ist wichtig für die Region
- () ist sympathisch
- () hat bei mir insgesamt ein sehr hohes Ansehen

GENERELLE ASPEKTE ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

Frage 17 Wie zufrieden sind Sie mit verschiedenen Aspekten Ihres Energieversorgers [Frage 2]? Bitte vergeben Sie für die einzelnen Aspekte Bewertungen zwischen 1 = „in höchstem Maß 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

Seite 6 von 15





Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Fortsetzung Frage 17

Rechnung

- der Verständlichkeit der Rechnung
- der Korrektheit der Rechnung
- der Transparenz der Preisgestaltung (Zusammensetzung der Preise)

Kundenbetreuung

- der telefonischen Erreichbarkeit eines Ansprechpartners bei Ihrem Energieversorger [Frage 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

- der Umweltverträglichkeit des Stroms Ihres Energieversorgers [Frage 2]
- den Aktivitäten Ihres Energieversorgers [Frage 2] bei der Förderung erneuerbarer Energien (Sonne, Wind, Wasser)
- den Aktivitäten Ihres Energieversorgers [Frage 2], zur Stromersparung bei den Kunden beizutragen

NACHFRAGEN PREISE/PREIS-LEISTUNGSVERHÄLTNIS - STROM

Frage 18 Wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Strompreise Ihres Energieversorgers [Frage 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

KONTAKTE ZUM EVU

Frage 19 Haben Sie sich schon einmal mit einer Anfrage, Beschwerde oder aus einem anderen Kontaktgrund an Ihren Energieversorger [Frage 2] gewandt?

Interviewer: Mehrfachnennung

- 1 ja, mit Anfrage → Frage 19.1 oder Frage 19.2
- 2 ja, mit Beschwerde → Frage 19.1 oder Frage 19.2
- 3 ja anderer Kontaktgrund → Frage 19.1 oder Frage 19.2
- 4 nein, noch nie → Frage 20

bei Mehrfachnennung → Frage 19.1, sonst Frage 19.2

Seite 7 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Frage 19.1 Handelte es sich bei Ihrem Kontakt um eine Beschwerde, eine Anfrage oder einen anderen Kontaktgrund?

- 1 Beschwerde
- 2 Anfrage
- 3 anderer Kontaktgrund

Frage 19.2 (Bei Mehrfachnennung Frage 19: Denken Sie bei den folgenden Fragen an diesen letzten Kontakt.) Hatten Sie diesen letzten Kontakt mit Ihrem Energieversorger [Frage 2] telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet?

- 1 telefonisch
- 2 schriftlich
- 3 persönlich
- 4 über Internet

Frage 19.3 Wie lange liegt dieser letzte Kontakt zu Ihrem Energieversorger [Frage 2] zurück?

Interviewer: Genau nachfragen und Einheit notieren, z.B. eine Woche, ein Monat, ein Jahr, etc.

Frage 19.4 NUR BEI ERDGASBEZUG UND WENN IDENTISCH MIT STROMVERSORGER: Ging es bei Ihrem letzten Kontakt um Ihre Strom- oder Erdgasversorgung?

- 1 Stromversorgung
- 2 Erdgasversorgung

Frage 19.5 Was war der Anlass für diesen letzten Kontakt?

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

- 01 Inanspruchnahme einer allgemeinen Energiesparberatung
- 02 Inanspruchnahme einer HH-Geräteberatung
- 03 Inanspruchnahme einer Heizungsberatung
- 04 Inanspruchnahme einer Beratung zu regenerativen Energien
- 05 Inanspruchnahme einer Beratung zu Förderprogrammen
- 06 Beantragung einer Förderung
- 07 neuen Vertrag/Tarif abschließen
- 08 Neuanmeldung/Ummeldung/Abmeldung
- 09 Fragen zur Rechnung
- 10 Fragen zu Tarifen
- 11 Rechnungsreklamation
- 12 Reklamation einer speziellen Leistung
- 13 Störung allgemein
- 14 Strom-/Gaszählerangelegenheiten
- 15 Reparatur/Installation
- 16 sonstiges, und zwar

07 weiß nicht mehr

Seite 8 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Frage 19.6 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 20 | Bewertung 3,4,5 →Frage 19.7

Frage 19.7 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 ausgehündigt werden
- 9 es dauerte zu lange, bis das Problem gelöst wurde
- 10 sonstiges, und zwar _____

INTERNETNUTZUNG

Frage 20 Im Folgenden möchte mich ich mit Ihnen über das Internet unterhalten. Verfügen Sie privat oder beruflich über einen Internetzugang?

- 1 ja, privat
- 2 ja, beruflich
- 3 ja, beides
- 4 nein → Frage 23

Frage 21 Haben Sie die Internet-Seite Ihres Energieversorgers [Frage 2] schon einmal oder mehrmals besucht?

- 1 ja, einmal
- 2 ja, mehrmals
- 3 nein → Frage 23

Frage 22 Aus welchen Gründen haben Sie die Internet-Seite Ihres Energieversorgers [Frage 2] schon besucht?

Antworten nicht vorlesen; Mehrfachnennung

- 1 habe allgemeine Informationen eingeholt
- 2 habe Tarif-/Preisinformationen eingeholt
- 3 habe mich über die Leistungen informiert
- 4 wollte mich An-, um-, bzw. abmelden
- 5 weiß nicht mehr
- 6 sonstiges, und zwar _____

Seite 9 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Frage 22.1 Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Webseite Ihres Energieversorgers [Frage 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! Bei „0“ →Frage 23
() BewertungBewertung 0, 1, 2, 3 →Frage 23 | Bewertung 4,5 →Frage 22.2

Frage 22.2 Aus welchen Gründen sind Sie nicht völlig zufrieden mit der Webseite Ihres Energieversorgers [Frage 2]?

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 [Frage 2]? Bitte vergeben Sie eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maß zufrieden“ und 5 = „unzufrieden“.

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

WETTBEWERB IN DER ENERGIEWIRTSCHAFT - STROM

Frage 24 Wie gut fühlen Sie sich von Ihrem Energieversorger [Frage 2] hinsichtlich der Tarife bzw. Verträge informiert? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „sehr gut informiert“ und 5 = „gar nicht informiert“.

Interviewer: Bei „weiß nicht“ Bewertung 0 eintragen!
() Bewertung

Frage 25 Wenn Sie sich jetzt noch einmal Ihre gesamte Geschäftsbeziehung mit Ihrem jetzigen Stromversorger [Frage 2] vergegenwärtigen und sich dabei vorstellen, dass verschiedene andere Stromversorger zur Auswahl stehen, wie wahrscheinlich würden Sie aus jetziger Sicht dennoch bei Ihrem Stromversorger [Frage 2] bleiben? Würden Sie ...?

Interviewer: Antwortvorgaben vorlesen! Bei „kann ich absolut nicht beurteilen“ Bewertung 0 eintragen! Bei „0“ → Frage 26

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

Seite 10 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



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

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

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

Weiter Frage 26

Frage 25.2 Warum werden Sie Ihren bisherigen Stromversorger [Frage 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 sonstige Gründe, und zwar _____

Frage 26 Wenn Sie von einem Freund oder Bekannten um Rat gefragt würden, wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie ihm Ihren aktuellen Stromversorger [Frage 2] empfehlen würden? Wäre es ...?

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

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

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

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

Frage 27.1 NUR FÜR TEILNEHMERSTUDIEN: Wenn Frage 27 = 4 oder 5: An welche(n) anderen Stromversorger haben Sie dabei gedacht?

Seite 11 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Frage 28

Ich lese Ihnen jetzt nacheinander einige Aussagen zum Wechsel des Stromversorgers vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht. Bitte treffen Sie in jedem Fall eine Entscheidung!

- | Stimme zu | Stimme nicht zu | |
|-------------------------|-------------------------|---|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ein Wechsel zu einem anderen Stromversorger birgt die Gefahr einer schlechteren Versorgungssicherheit. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Bei meinem jetzigen Stromversorger weiß ich, was ich habe, bei einem anderen Stromversorger weiß ich das nicht. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ich kenne derzeit keine Stromversorger, die besser wären als mein jetziger. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Anderer Stromversorger sind auch nicht preisgünstiger als mein jetziger Stromversorger. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Es käme nur ein Stromversorger in der Nähe meines Wohnortes in Frage. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Der Aufwand eines Wechsels steht in keinem Verhältnis zum Nutzen. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ich weiß derzeit zu wenig, um über einen Wechsel entscheiden zu können. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ich habe ein gutes Vertrauensverhältnis zu meinem jetzigen Stromversorger, das ich nicht so schnell aufgeben werde. |

Frage 29 Wie gut fühlen Sie sich über den Wettbewerb in der Stromwirtschaft informiert? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „sehr gut informiert“ und 5 = „gar nicht informiert“.

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

() Bewertung

Frage 30 Wissen Sie, wie hoch Ihre jährliche Stromrechnung bzw. Ihre monatliche Stromabrechnung ungefähr ausfällt?

- 1 ja, und zwar _____ EURO/Jahr _____ EURO/Monat
- 2 nein

ERDGAS (NUR BEI ERDGASBEZUG)

Abschließend geht es noch einmal kurz um das Thema Erdgas.

Frage 31 Wie zufrieden sind Sie mit der Sicherheit und Zuverlässigkeit der Erdgasversorgung bei Ihrem Erdgasversorger [Frage 2 o. Frage 2.2]? Vergeben Sie bitte eine Bewertung zwischen 1 = „in höchstem Maße zufrieden“ bis 5 = „unzufrieden“.

() Bewertung

Frage 32 Und wie fällt Ihr Urteil aus, wenn Sie die Erdgaspreise Ihres Erdgasversorgers [Frage 2 o. Frage 2.2] 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

Seite 12 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



- Frage 33** Unter den veränderten Wettbewerbsbedingungen in der Erdgaswirtschaft ist es seit Oktober 2006 möglich, den Erdgasversorger frei zu wählen. Haben Sie von dieser Entwicklung schon gehört?
- 1 ja
 2 nein
-
- Frage 34** Da Sie ab Oktober 2006 Ihren Erdgasversorger wechseln können, wie wahrscheinlich würden Sie dennoch Kunde Ihres jetzigen Erdgasversorgers **[Frage 2 o. Frage 2.2] bleiben?** Wäre es ...?
- 1 absolut sicher
 2 sehr wahrscheinlich
 3 wahrscheinlich
 4 eher unwahrscheinlich
 5 unwahrscheinlich
-
- Frage 34.1** Im Folgenden lese ich Ihnen nochmals einige Aussagen zum Wechsel des Erdgasversorgers vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob Sie der Aussage zustimmen oder nicht. Bitte treffen Sie in jedem Fall eine Entscheidung!
- | Stimme zu | Stimme nicht zu | |
|-------------------------|-------------------------|--|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ein Wechsel zu einem anderen Erdgasversorger birgt die Gefahr einer schlechteren Versorgungssicherheit. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Bei meinem jetzigen Erdgasversorger weiß ich, was ich habe, bei einem anderen Erdgasversorger weiß ich das nicht. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ich kenne derzeit keine Erdgasversorger, die besser wären als mein jetziger. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Für mich käme nur ein Versorger in Frage, der mir Strom und Erdgas anbieten kann. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Andere Erdgasversorger sind auch nicht preisgünstiger als mein jetziger Erdgasversorger. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Es käme nur ein Erdgasversorger in der Nähe meines Wohnortes in Frage. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Der Aufwand eines Wechsels steht in keinem Verhältnis zum Nutzen. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ich weiß derzeit zu wenig, um über einen Wechsel entscheiden zu können. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Ich habe ein gutes Vertrauensverhältnis zu meinem jetzigen Erdgasversorger, das ich nicht so schnell aufgeben werde. |
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | Mir ist es egal, ob ich Strom und Erdgas von zwei unterschiedlichen Unternehmen beziehe. |
-
- Frage 35** Und wissen Sie, wie hoch Ihre jährliche Erdgasrechnung bzw. Ihre monatliche Erdgasabschlagszahlung ungefähr ausfällt?
- 1 ja, und zwar _____ EURO/Jahr EURO/Monat
 2 nein

SOZIODEMOGRAPHIE

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

- Frage 36** Wohnen Sie derzeit zur Miete oder in Eigentum?
- 1 Miete
 2 Eigentum

Seite 13 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



- Frage 37** Wohnen Sie in einer Wohnung oder in einem Einfamilienhaus?
- 1 Wohnung
 2 Einfamilienhaus
-
- Frage 38** Wie viel qm beträgt die Wohnfläche Ihrer Wohnung/Ihres Hauses?
- () qm
-
- Frage 39** Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?
- 1 1
 2 2
 3 3
 4 4
 5 5 und mehr Personen
-
- Frage 40** Und wie viele davon sind 14 Jahre und älter?
- 1 1
 2 2
 3 3
 4 4
 5 5 und mehr Personen
-
- Frage 41** Welche Schule haben Sie zuletzt besucht, bzw. welchen Schulabschluss haben Sie?
- 1 Volks- oder Hauptschule (8-klassig), ohne abgeschlossene Lehre
 2 Volks- oder Hauptschule (8-klassig), mit abgeschlossener Lehre
 3 weiterbildende Schule ohne Abitur (10-klassige polytechnische Oberschule, früher Mittelschule)
 4 Abitur, Hochschulreife, Fachhochschulreife (Gymnasium, 12-klassige erweiterte Oberschule, früher Oberschule)
 5 abgeschlossenes Studium (Universität, Akademie, Fachhochschule, Technikum)
-
- Frage 42** Darf ich fragen, wie alt Sie sind?
- () Jahre

Seite 14 von 15



Fragebogen VDEW-Kundenfokus – Haushalte
vom 27.09.2006, Jahrgang 2006/2007



Frage 43 Welche berufliche Tätigkeit übt der Haushaltsvorstand aus?

- 1 Arbeiter(in)
- 2 Facharbeiter(in)/Handwerker(in)
- 3 Meister(in)
- 4 Angestellte(r)
- 5 Beamter(in)
- 6 Selbständige(r)/Gewerbetreibende(r)/Freier Beruf
- 7 Landwirt(in)
- 8 Hausfrau/-mann
- 9 Student(in)
- 10 Rentner/Pensionär
- 11 Auszubildende(r)
- 12 arbeitssuchend/arbeitslos
- 13 geringfügig beschäftigt
- 14 sonstiges

Frage 44 Wie hoch ist etwa das monatliche Nettoeinkommen des gesamten Haushalts?

- 1 Unter 900 Euro
- 2 900 bis unter 1.500 Euro
- 3 1.500 bis unter 2.000 Euro
- 4 2.000 bis unter 2.500 Euro
- 5 2.500 bis unter 3.500 Euro
- 6 3.500 Euro und mehr

Frage 45 Geschlecht der Befragungsperson

- 1 weiblich
- 2 männlich