

Bundesstudie BDEW-Servicemonitor 2026: Feedback zur Qualität im Servicekontakt

Bundesstudie 2026
Ausgewählte Ergebnisse

bdew
Energie. Wasser. Leben.



Der BDEW-Servicemonitor



- ✓ **Benchmark-Studie für BDEW-Mitgliedsunternehmen**
- ✓ **Nachkontaktbefragung - servicebezogene Kontakte umfassen dabei sämtliche Anliegen aus dem Tagesgeschäft**
- ✓ **seit: 2007/ 2026 erstmals mit Bundesstudie**
- ✓ **Zielgruppe: Privat- und Gewerbekunden, die vor kurzem Kontakt hatten**
- ✓ **flexible Stichprobengrößen (Privatkunden z.B. n = 200, n = 300, n = 400, n = 550, n = ...)**
- ✓ **unterschiedliche Befragungstools (CATI, Onsite-Befragung, App-Befragung)**

Der BDEW-Servicemonitor

Am BDEW-Servicemonitor haben seit 2007 insgesamt über 30 regionale Energieversorger aus ganz Deutschland teilgenommen. Auf diesem Weg wurden bereits über 100.000 Kundenfeedbacks für die jährliche Benchmarkanalyse eingeholt.



Ihre Ansprechpartner



imug
research

Ulrike Niedergesäß

Fon (0170) 7 766 272

E-Mail niedergesaess@imug-research.de



bdew

Energie. Wasser. Leben.

Christian Bantle

Fon (030) 300 199 - 1600

E-Mail christian.bantle@bdew.de



Zusatzmodul Treiberanalyse

„Welchen Einfluss hat die Servicequalität auf die Kundenzufriedenheit?“

Die Treiberanalyse – die wir nach Johnson Epsilon errechnen – liefert Ihnen Aufschlüsse darüber, wie Sie die Kundenzufriedenheit zukünftig steigern können. Die Treiberanalyse zeigt Ihnen auf, welche Aspekte der von Ihnen erbrachten Leistungen für Ihre Kunden eine wichtige Rolle spielen und ihre Zufriedenheit ausmachen.

Studiendesign



Zielsetzung	Feedback zur Servicequalität in verschiedenen Kontaktkanälen und zur Gesamteinschätzung des Unternehmens				
Grundgesamtheit	Kundinnen und Kunden*, die innerhalb der letzten zwei Wochen einen Servicekontakt zu ihrem Energieversorger hatten				
Erhebungsmethode; Befragungszeitraum	Online-Interviews/CATI-Interviews im Zeitraum 09.03.2026 – 25.03.2026				
Stichprobengröße	1.000 Kunden mit Servicekontakt zu ihrem Energieversorger				
	 n = 444	 n = 277	 n = 256	 n = 326	 n = 390
Auswahlverfahren	Zufallsauswahl				
Versorgertypen (zu denen Interviews durchgeführt wurden)	Big 3 & Töchter 36%	Regionalversorger 13%	Stadtwerke/Lokalversorger 26%	Ökoanbieter 5%	Discounter 14%



Studiendesign /

Übersicht der enthaltenen Kontakt-, Image- und Loyalitäts-Aspekte. Feedback erfolgt über 5er-Skala.



Aspekte

Skala

Kontaktzufriedenheit



Telefon

- ▶ Schnelligkeit
- ▶ Erreichbarkeit
- ▶ Freundlichkeit
- ▶ Kümmerbereitschaft
- ▶ individuelles Eingehen
- ▶ Verständlichkeit
- ▶ Fachkompetenz
- ▶ Ergebnis



Brief/E-Mail

- ▶ Schnelligkeit
- ▶ Layout
- ▶ Übersichtlichkeit
- ▶ Freundlichkeit
- ▶ Umfang
- ▶ individuelles Eingehen
- ▶ Verständlichkeit
- ▶ Fehlerfreiheit
- ▶ Ergebnis



Persönlich

- ▶ Übersichtlichkeit
- ▶ Hygienebedingungen
- ▶ Wartezeit
- ▶ Freundlichkeit
- ▶ Kümmerbereitschaft
- ▶ individuelles Eingehen
- ▶ Verständlichkeit
- ▶ Fachkompetenz
- ▶ Wahrung Privatsphäre
- ▶ Ergebnis



Online

- ▶ Registrierung
- ▶ Übersichtlichkeit
- ▶ Verständlichkeit
- ▶ Nutzerfreundlichkeit
- ▶ Funktionsumfang
- ▶ Einfachheit Bedienung
- ▶ Störungsfreiheit
- ▶ grafisches Design
- ▶ Ergebnis
- ▶ Nutzen/Mehrwert

1	2	3	4	5
sehr zufrieden				sehr unzufrieden

Unternehmensimage

Funktionalität

- ▶ zuverlässig
- ▶ innovativ
- ▶ modern

Kundenorientierung

- ▶ vertrauenswürdig
- ▶ sympathisch
- ▶ Kunden gegenüber fair

Preise und Kosten

- ▶ gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- ▶ nachvollziehbare Preisstruktur

Regionalität

- ▶ in der Region präsent
- ▶ hoher Stellenwert für die Region

Nachhaltigkeit

- ▶ nachhaltig
- ▶ sozial engagiert
- ▶ im Bereich Ökostrom gut aufgestellt

1	2	3	4	5
trifft voll und ganz zu				trifft überhaupt nicht zu

Kundenloyalität

Gesamtzufriedenheit

- ▶ alle konkreten Erfahrungen mit dem Leistungsangebot des Unternehmens bisher

1	2	3	4	5
sehr zufrieden				sehr unzufrieden

Bleibebereitschaft

- ▶ aus jetziger Sicht bei dem Unternehmen bleiben, wenn verschiedene Energieversorger zur Auswahl stünden

Weiterempfehlungsbereitschaft

- ▶ Weiterempfehlung im Bekanntenkreis, wenn um Rat gefragt

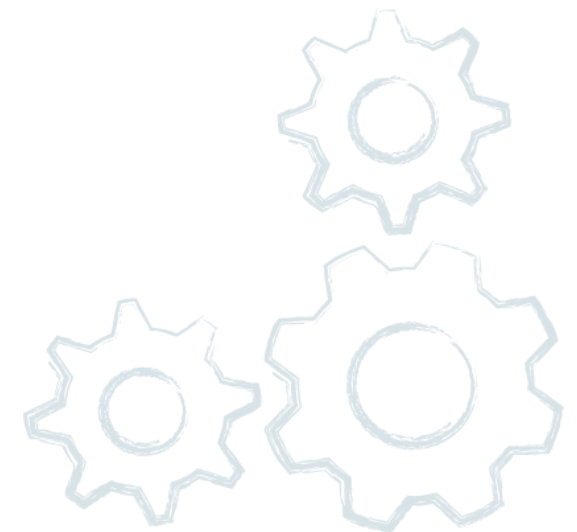
Wettbewerbsvergleich

- ▶ Einordnung des eigenen Energieversorgers im Vergleich zum Wettbewerb

1	2	3	4	5
absolut sicher				sehr unwahrscheinlich



Feedback zur Kontaktqualität *Telefon*

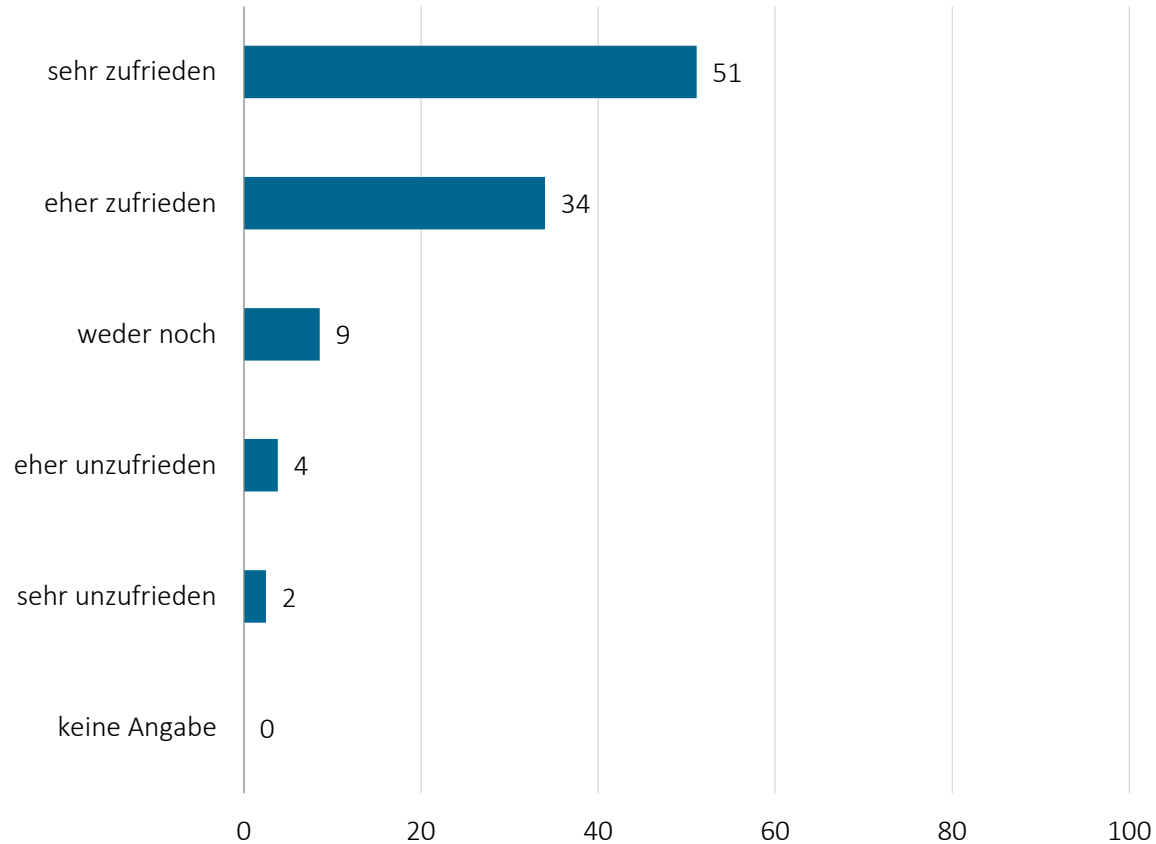


Kontaktzufriedenheit Telefon

Insgesamt sind die Kunden mit dem telefonischen Kontakt zu ihrem Versorger klar zufrieden.



„Mich interessiert Ihr Gesamteindruck. Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit diesem telefonischen Servicekontakt?“



Gesamturteil Telefon	Index
BDEW Servicemonitor Bundesstudie 2026	82
Big 3 & Tochtergesellschaften	81
Regionalversorger	80
Stadtwerke/Lokalversorger	83
Ökoanbieter	87
Discounter	85

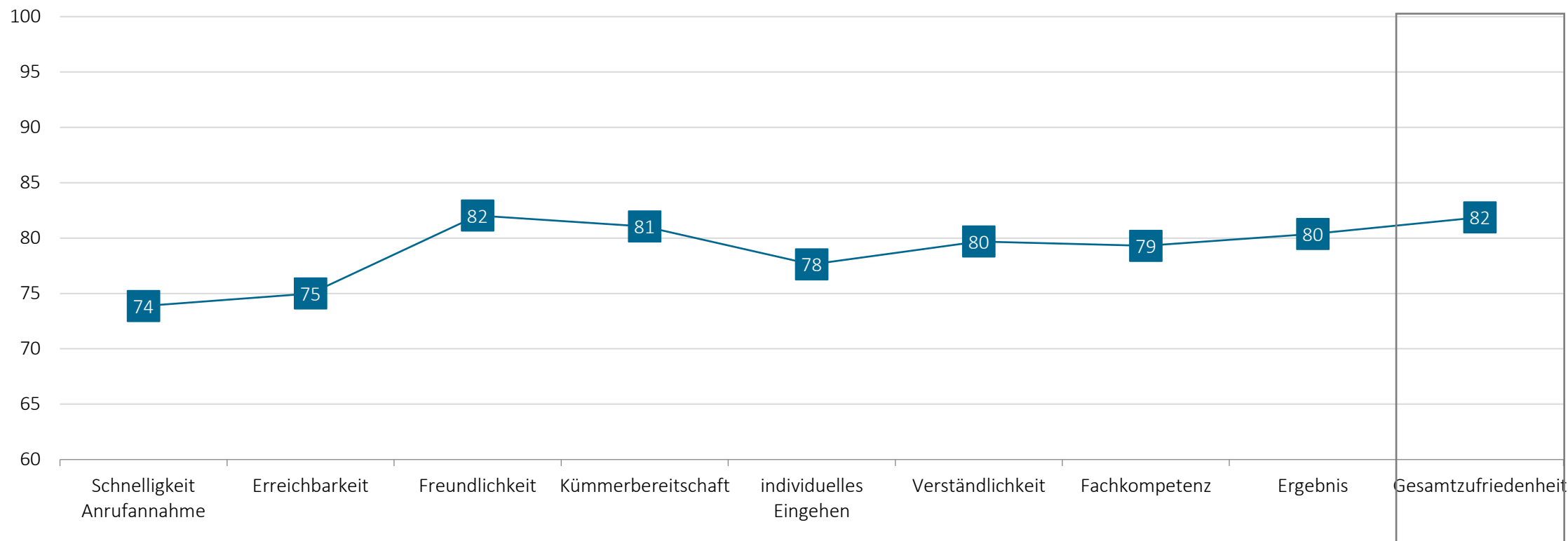
BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n =444; Angaben in Prozent; Kunden mit telefonischem Kontakt;

Kontaktzufriedenheit Telefon /

Gelobt werden von den Kunden Freundlichkeit und Kümmerbereitschaft, gefolgt von Verständlichkeit und Ergebnis.



„Wie zufrieden waren Sie bei der Bearbeitung Ihres Anliegens am Telefon mit den folgenden Aspekten?“



BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n =444; Angaben in Indexwerten; Kunden mit telefonischem Kontakt;

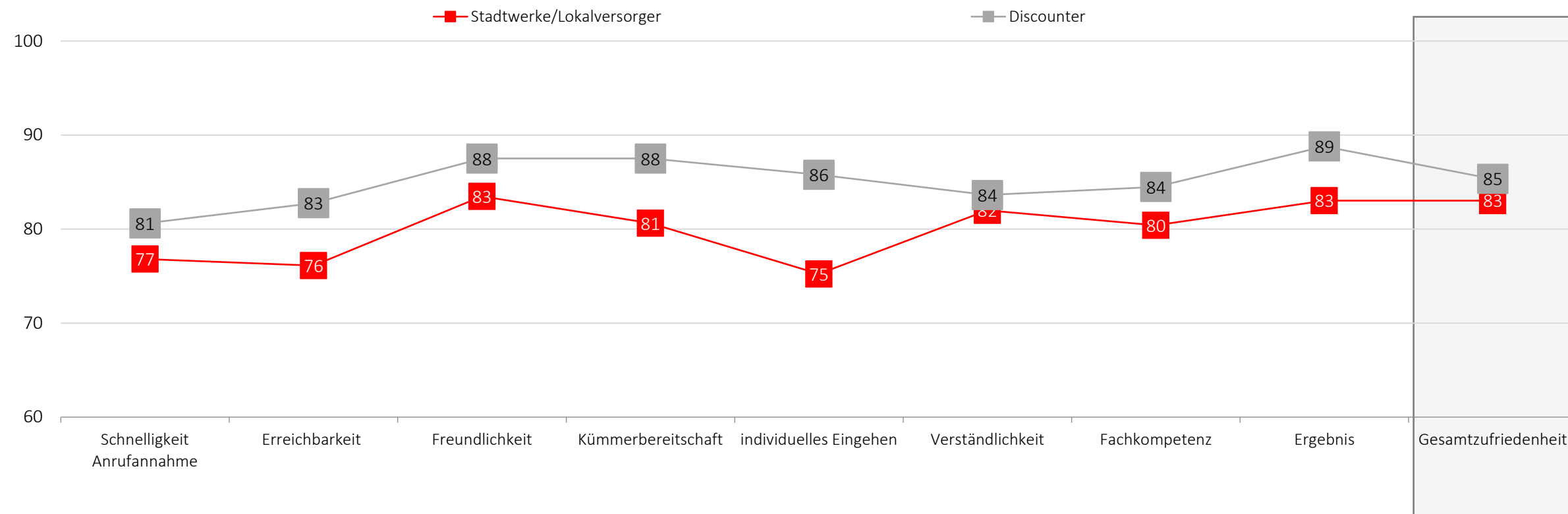
Standardabweichung 19-23 Indexpunkte

Kontaktzufriedenheit Telefon / Stadtwerke und Discounter

Die telefonische Kontaktqualität bei Discountern erhält – gesamt und in Einzelaspekten - sehr gute Urteile.



„Wie zufrieden waren Sie bei der Bearbeitung Ihres Anliegens am Telefon mit den folgenden Aspekten?“



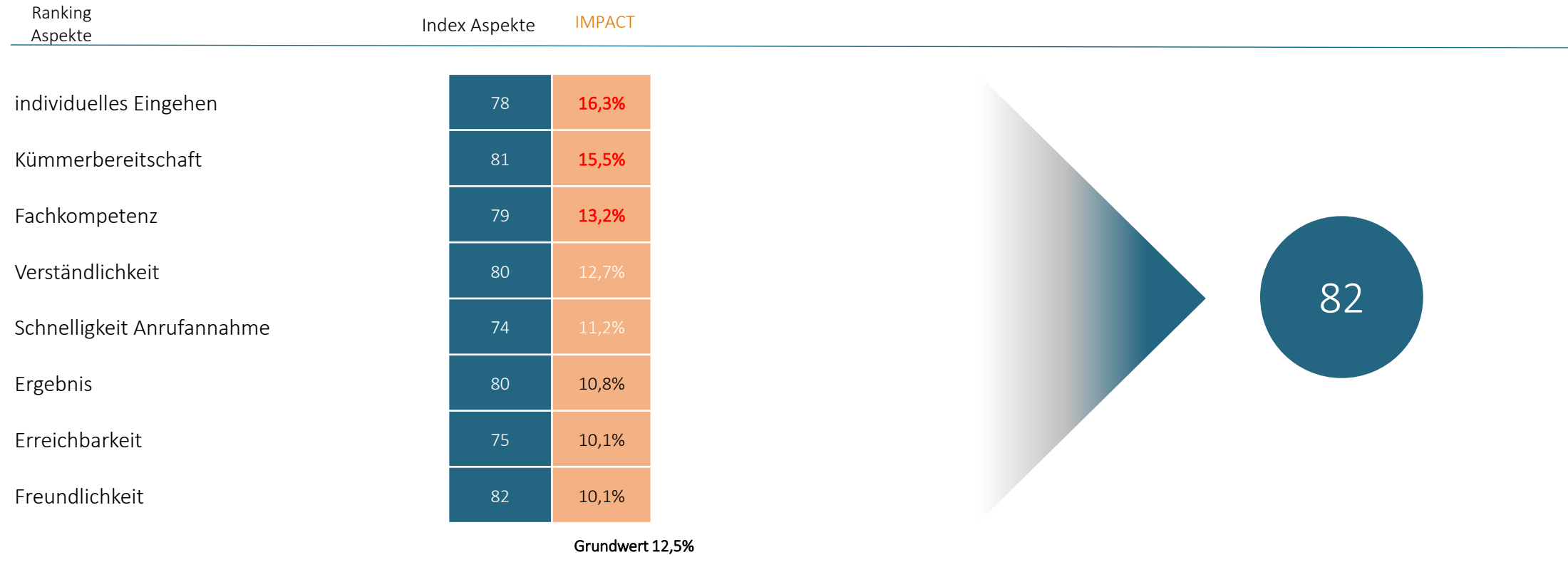
BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n = 414; Stadtwerke/Lokalversorger: n = 112;
Discounter: n = 58; Angaben in Indexwerten; Kunden mit telefonischem Kontakt

Treiber der Kontaktzufriedenheit Telefon /

Zentral für die Zufriedenheit mit dem telefonischen Servicekontakt sind aus Kundensicht das Eingehen auf das Anliegen, Kümmerbereitschaft und Fachkompetenz.



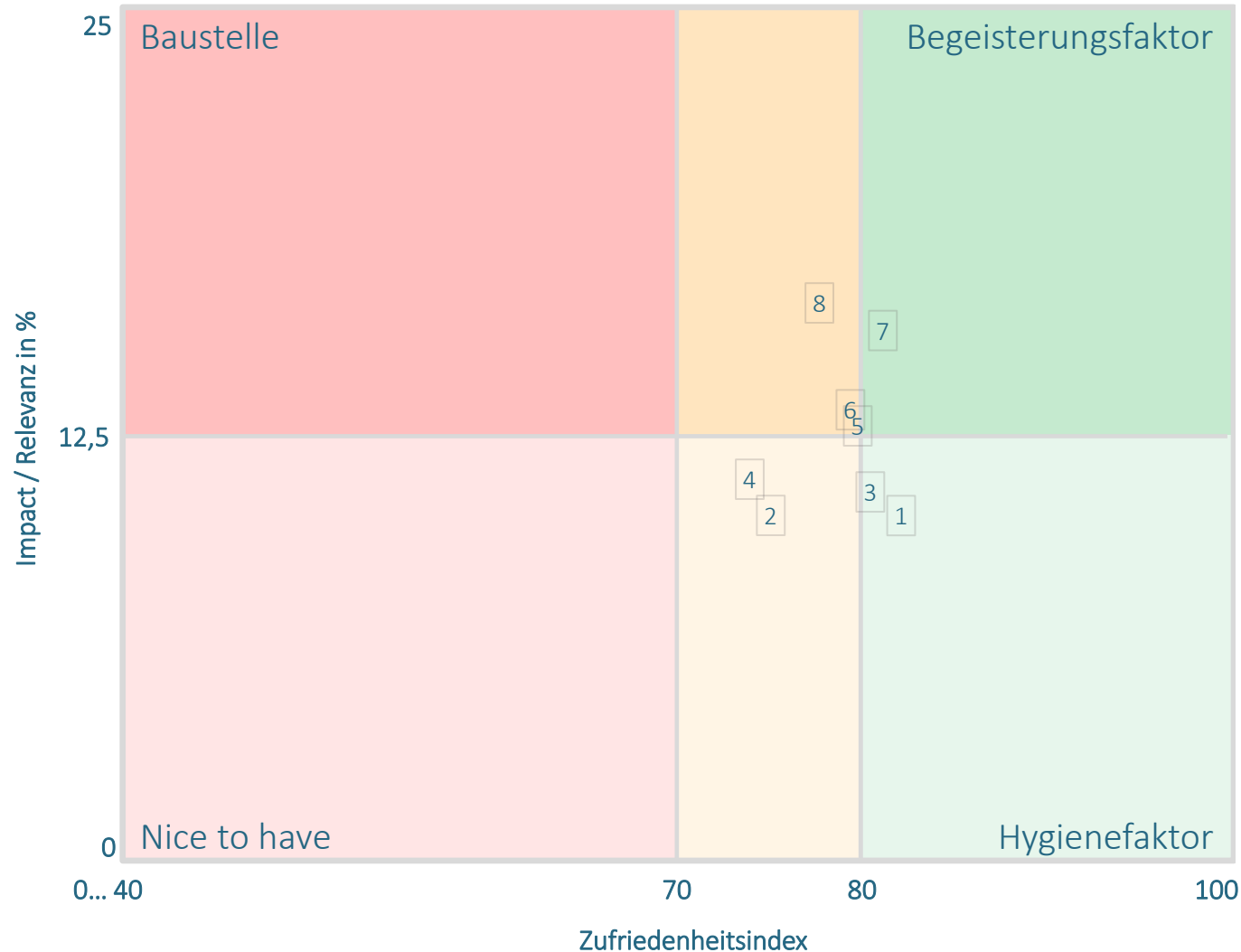
Servicequalität Telefon
(Gesamtindex)



Angaben in Indexwerten und Wichtigkeiten (gerundete Werte); Kunden mit telefonischem Kontakt; statistische Modellierung über Treiberanalyse (Johnsons Epsilon); IMPACT: Wichtigkeit einzelner Aspekte/ Dimensionen auf die Gesamtzufriedenheit mit dem Servicekontakt (Benchmark-Werte; in Summe 100 %)

Wirkung der Indikatoren

für den telefonischen Servicekontakt auf die Gesamtwahrnehmung des Telefonkontaktes



Nr.	Indikator
1	(individuelles) Eingehen auf Kundenanliegen
2	Kümmerbereitschaft
3	Fachkompetenz
4	Verständlichkeit
5	Schnelligkeit Anrufannahme
6	Ergebnis
7	Erreichbarkeit
8	Freundlichkeit

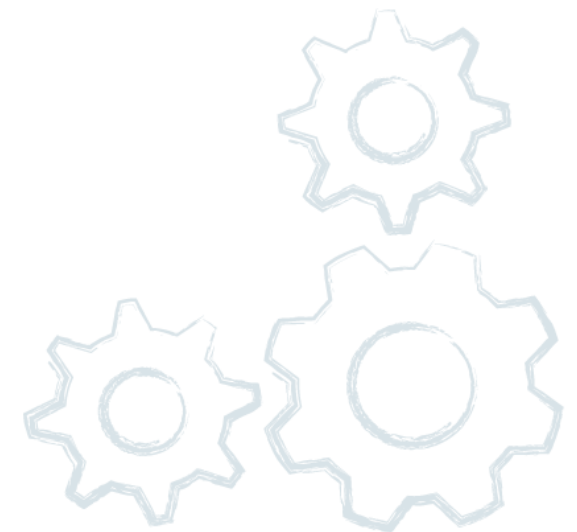
To Do's auf Basis der Treiberanalyse:

- auf die Kunden und ihre Anliegen eingehen
- Bereitschaft, sich um das Anliegen zu kümmern
- Fachkompetenz auf den Prüfstand stellen
- in einfacher, leicht verständlicher Sprache dem Kunden antworten



Feedback zur Kontaktqualität

E-Mail

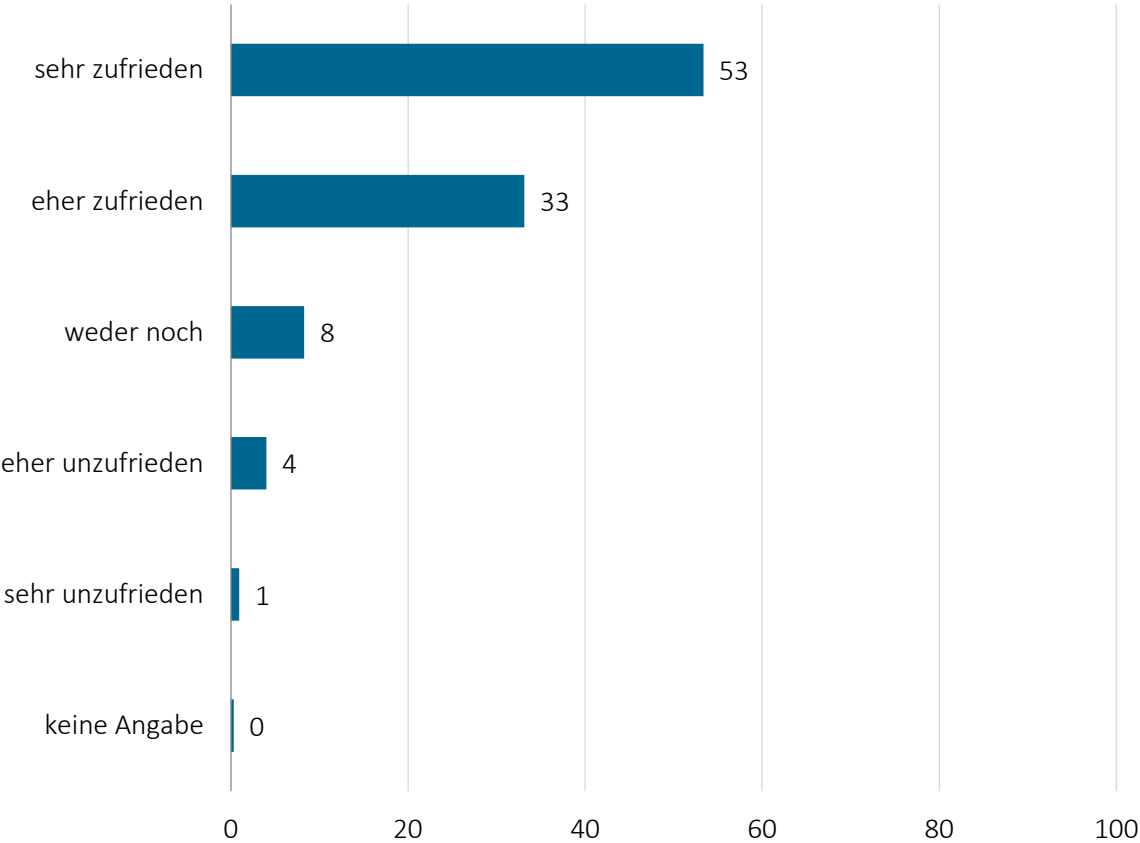


Kontaktzufriedenheit E-Mail /

Insgesamt sind die Kunden mit dem Kontakt per E-Mail zu ihrem Versorger klar zufrieden.



„Wie zufrieden waren Sie insgesamt mit diesem E-Mail-Kontakt?“



Gesamturteil E-Mail	Index
BDEW Servicemonitor Bundesstudie 2026	84
Big 3 & Tochtergesellschaften	86
Regionalversorger	80
Stadtwerke/Lokalversorger	82
Ökoanbieter	84
Discounter	87

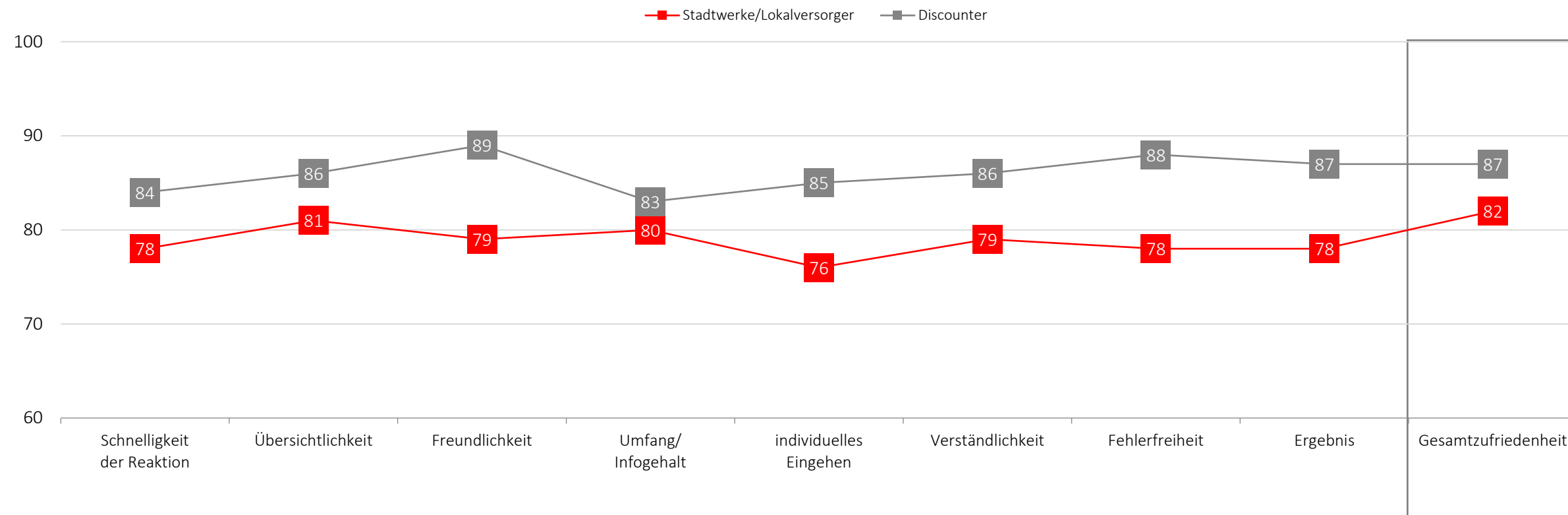
BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n =326; Angaben in Prozent; Kunden mit Kontakt per E-Mail;

Kontaktzufriedenheit E-Mail / Stadtwerke und Discounter

Discounter werden am besten beurteilt; Stadtwerke liegen etwas darunter



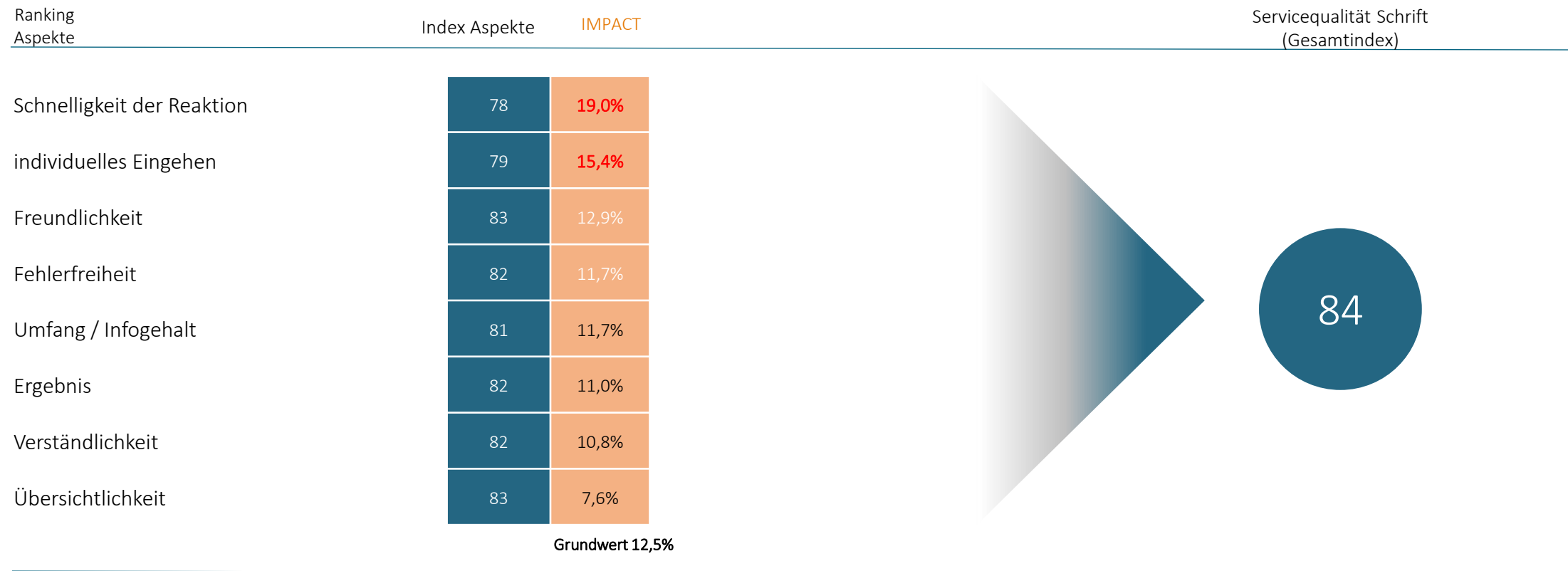
„Wie zufrieden waren Sie bei diesem Kontakt per E-Mail mit den folgenden Aspekten?“



BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n = 326; Stadtwerke/Lokalversorger: n = 59; Discounter: n = 59;
Angaben in Indexwerten; Kunden mit Kontakt per E-Mail

Treiber der Kontaktzufriedenheit E-Mail /

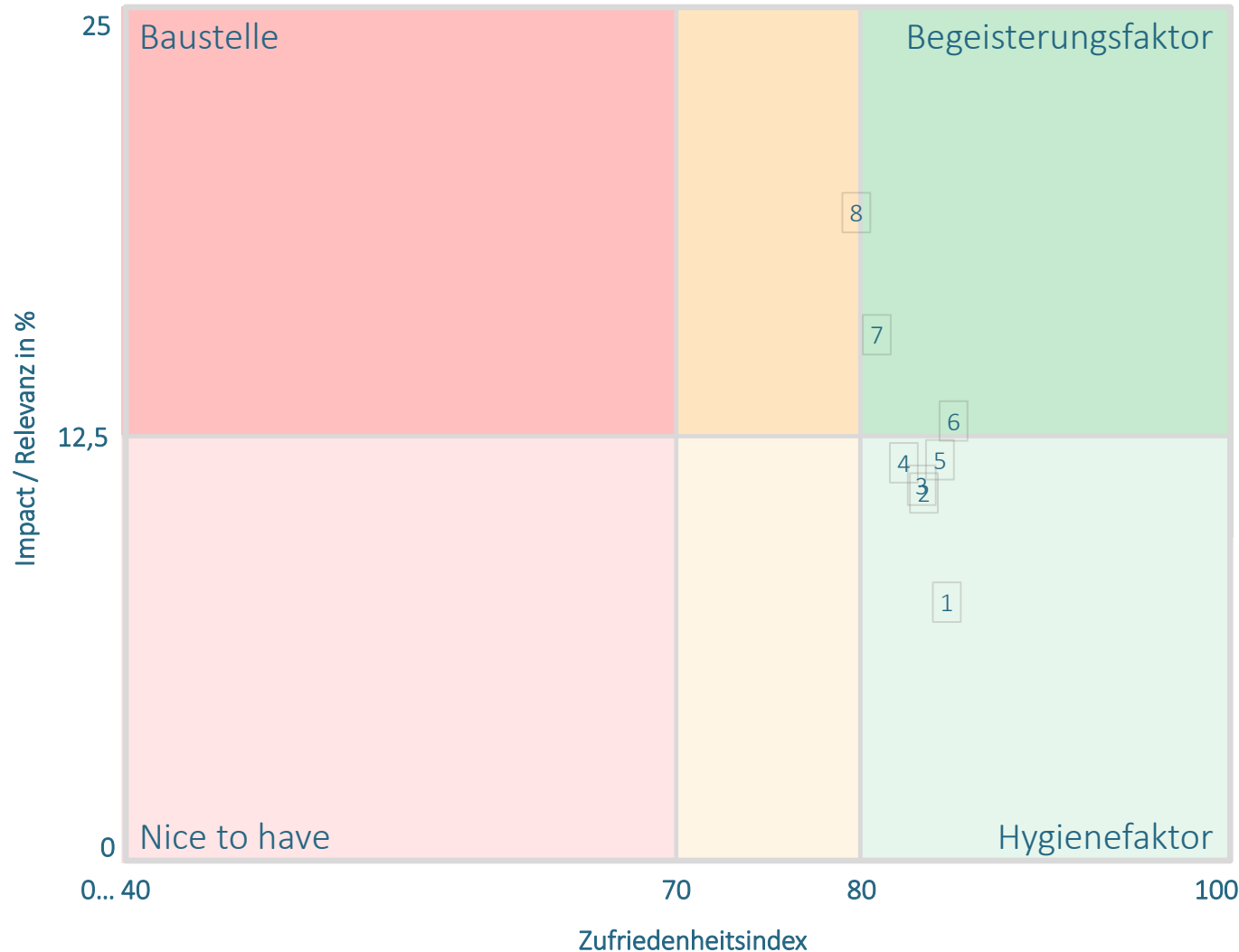
Zentral für die Zufriedenheit mit dem Servicekontakt per E-Mail sind aus Kundensicht das Eingehen auf das Anliegen sowie das Ergebnis.



Angaben in Indexwerten und Wichtigkeiten (gerundete Werte); Kunden mit telefonischem Kontakt; statistische Modellierung über Treiberanalyse (Johnsons Epsilon); IMPACT: Wichtigkeit einzelner Aspekte/ Dimensionen auf die Gesamtzufriedenheit mit dem Servicekontakt (Benchmark-Werte; in Summe 100 %)

Wirkung der Indikatoren

für den schriftlichen Servicekontakt auf die Gesamtwahrnehmung des Kontaktes per E-Mail



Nr.	Indikator
1	Schnelligkeit der Reaktion
2	(individuelles) Eingehen auf Kundenanliegen
3	Freundlichkeit
4	Fehlerfreiheit
5	Umfang / Infogehalt
6	Ergebnis
7	Verständlichkeit
8	Übersichtlichkeit

To Do's auf Basis der Treiberanalyse:

- Schneller auf Anfragen reagieren
- (individueller) auf die Kunden und ihre Anliegen eingehen
- freundliche Formulierungen wählen
- Fehlerfreiheit der Antwort überprüfen
- Umfang und Informationsgehalt der Erläuterungen überprüfen



Image

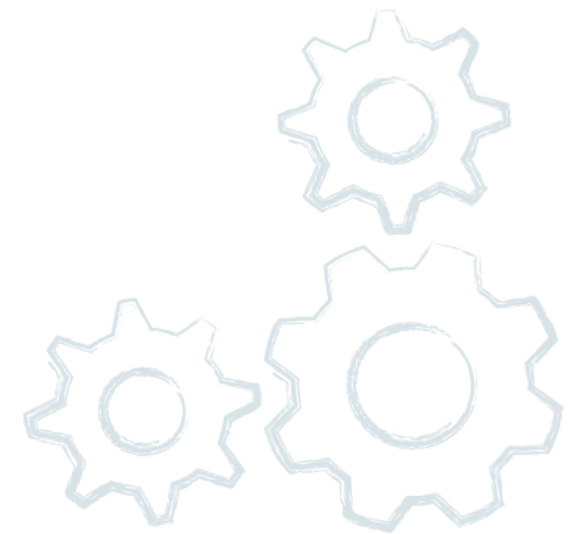
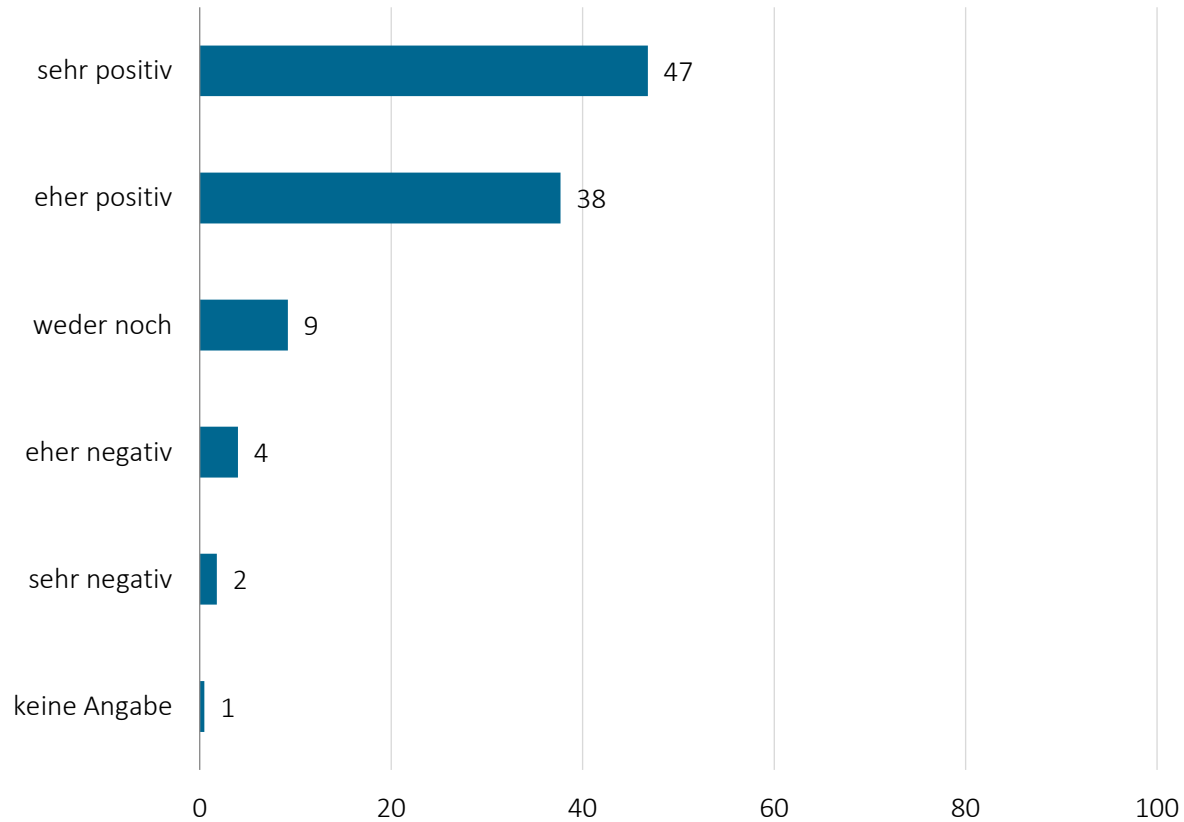


Image /

Insgesamt sehr positives Image der Energieversorger.



„Was für ein Bild haben Sie insgesamt von Ihrem Versorger?“

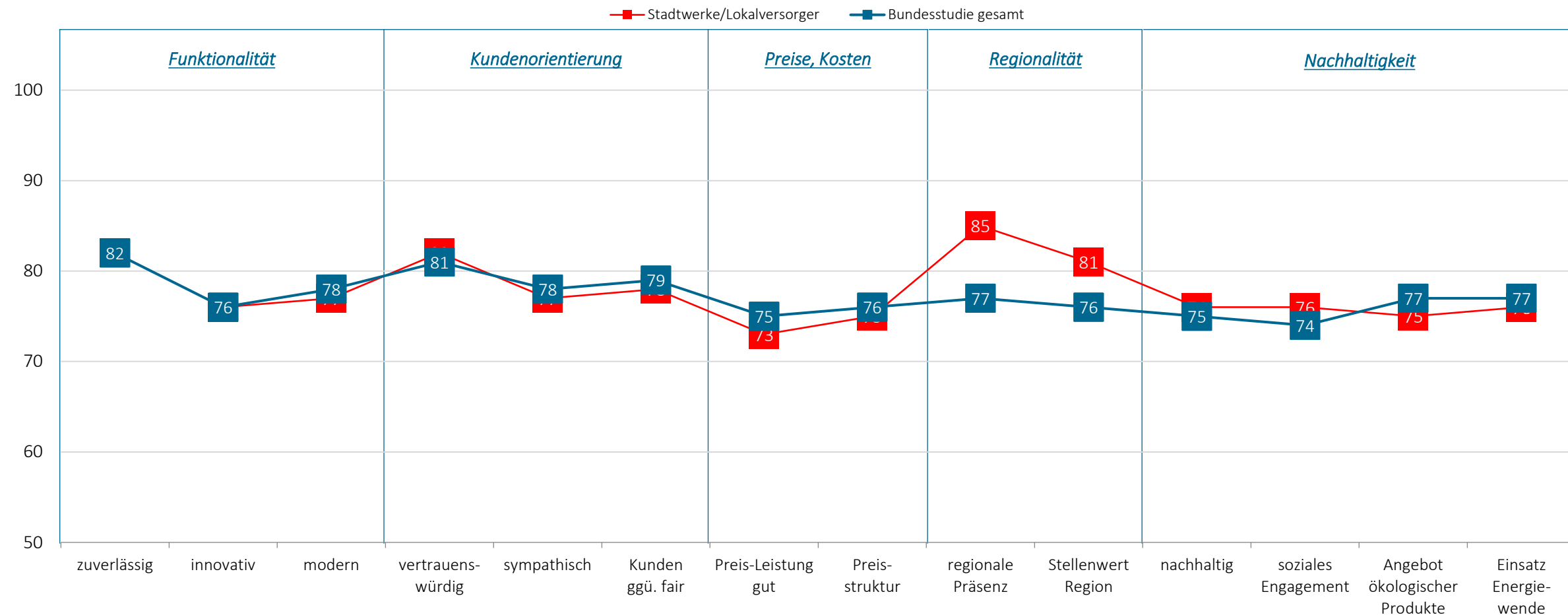


BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n =1000; Angaben in Prozent;

Gesamtimage	Index
BDEW Servicemonitor Bundesstudie 2026	81
Big 3 & Tochtergesellschaften	81
Regionalversorger	79
Stadtwerke/Lokalversorger	81
Ökoanbieter	85
Discounter	86

Image /

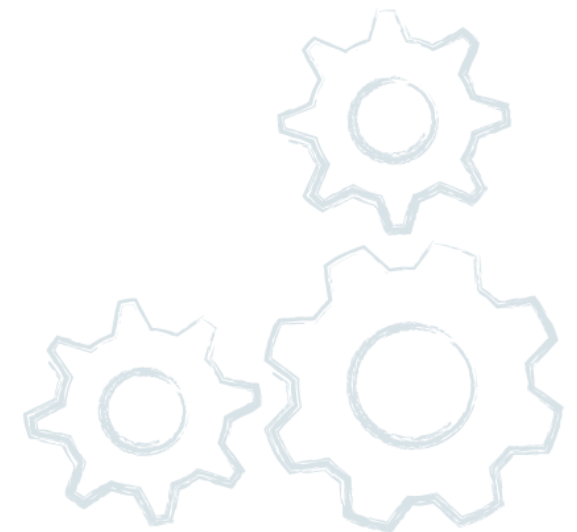
Energieunternehmen stehen für Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit - Stadtwerke zudem für Regionalität.



BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n = 1000; Stadtwerke/Lokalversorger: n = 260;
Angaben in Indexwerten

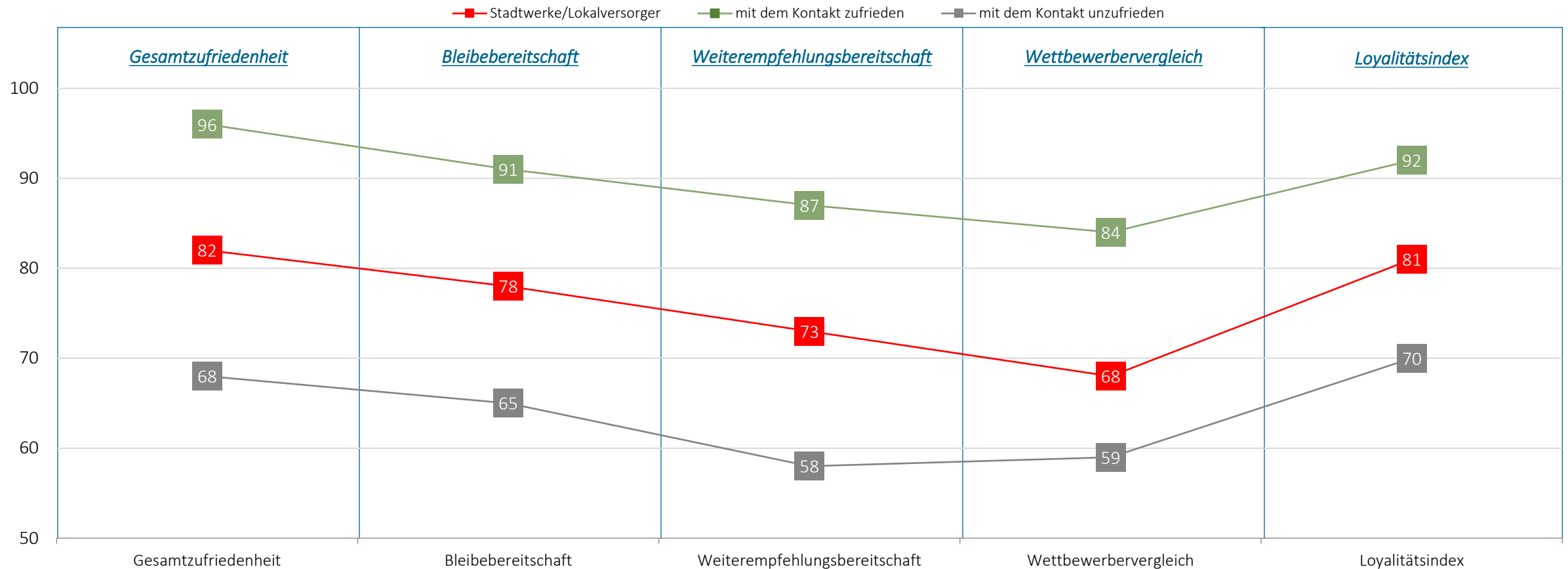


Kundenloyalität:



Kundenloyalität von Stadtwerke- bzw. Lokalversorger-Kunden /

Mit der Kontakt- bzw. Servicequalität zufriedene Kunden sind deutlich loyaler.



BDEW-Servicemonitor Bundesstudie 2026: n = 1000; Stadtwerke/Lokalversorger: n = 260;
Angaben in Indexwerten

imug research by prolytics



Qualität imug research

Monitoring | Benchmarks | Qualitative Methoden | Online-Surveys | Mystery Research | Beratung

Überzeugung

- ✓ Förderung des Dialogs mit Stakeholdern
- ✓ Kundenfeedback und strategische Weiterentwicklung
- ✓ Trennungsgebot, Abgrenzung zur Werbung

Datenschutz

- ✓ Einhaltung sämtlicher DSGVO-Vorgaben
- ✓ eigene Vorlagen zur Auftragsverarbeitung
- ✓ sicherer Datenaustausch über imug Datentresor

Wissenschaftlichkeit

- ✓ wissenschaftliche Analysemethoden
- ✓ Reliabilität / Validität / Objektivität
- ✓ auf Wunsch repräsentative Ergebnisse

Transparenz

- ✓ eigenes CATI-Studio inkl. Supervision
- ✓ Aufklärung und Informationen für Befragte
- ✓ Zertifizierung und regelmäßige Überwachungsaudits



Einhaltung sämtlicher Datenschutzvorgaben

- ▶ Bei der Umsetzung der Studie garantiert imug research die Einhaltung sämtlicher datenschutzrechtlicher Vorgaben nach Europäischer Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Auf Basis dieser Vorgaben werden gemeinsam mit dem Auftraggeber im Vorfeld der Befragung die Maßnahmen zum Schutz personenbezogener Daten im Rahmen der Studie abgestimmt. Hierzu legt die imug research auf Wunsch eine geprüfte und gültige Vertragsvorlage zur Auftragsverarbeitung vor, die alle datenschutzrechtlichen sowie technisch-organisatorische Vorkehrungen beinhalten. Auch Vorlagen des Auftraggebers können gerne genutzt werden.
- ▶ imug research behandelt alle Daten, Informationen und Ergebnisse, die bei der Studienumsetzung generiert werden, streng vertraulich. Diese dürfen ausschließlich für diese Studie verwendet und ohne Zustimmung nicht an Dritte weitergegeben werden. Teilnehmer*innen werden über Ziele und Hintergrund der Erhebung aufgeklärt und erhalten alle Informationen zu den datenschutzrechtlichen Vorkehrungen. Der Zugriff auf Projektunterlagen ist durch Berechtigungen und Zugangskontrollen einzelner EDV-Nutzer und reguliert und auf diejenigen Mitarbeitenden beschränkt, die unmittelbarer Teil des Projektteams sind.

