

Frühbucharangebot
bis zu 15% Rabatt
- nur bis 10.03.2017 -



Vertriebskanalstudie
Energie

E 2017

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017

Wechselverhalten und Kundenloyalität
transparent gemacht

- Angebot und Studiendesign -

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017

Überblick



Die Vertriebskanalstudie Energie macht jährlich das tatsächliche Wechselverhalten von Privatkunden im deutschen Strom- und Gasmarkt transparent:

- › Groß angelegte Befragung von >1.200 echten Wechslern
- › Identifikation der Wechsler über ca. 5.000 Screening-Interviews aus Zufalls-Stichprobe
- › Untersuchung des gesamten Wechselprozesses, vom Wechselanstoß über die Informationsbeschaffung bis hin zu den Abschlusskanälen

Die Studie untersucht die für Vertrieb und Marketing relevanten Punkte:

- › Was sind die wichtigsten Wechselanlässe und Kündigungsgründe?
- › Über welche Kanäle haben die Kunden zuletzt ihren Energieversorger gewechselt?
- › Wie zufrieden waren die Verbraucher mit dem gewählten Kanal?
- › Besteht erneut eine Wechselabsicht, beispielsweise vor dem Hintergrund von Preisanpassungen oder einer Unzufriedenheit mit dem aktuellen Anbieter?

➔ Die „Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017“ ermöglicht einen detaillierten Einblick in das Entscheidungsverhalten von Haushalten, die den Strom- oder Gasversorger unlängst gewechselt haben.

Inhaltliche Neuerungen und Änderungen in der Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017

- › Die Befragung wird von einer Festnetzbefragung auf eine „**Multi-Frame-Befragung**“ umgestellt: Die Interviews werden nun sowohl über Festnetz, als auch über Mobilfunk sowie online geführt.
 - › Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass sich das Kommunikationsverhalten stetig verändert und man Konsumenten über verschiedene Wege rekrutieren kann und langfristig muss.
 - › Analyse des Vertriebs von energienahen Dienstleistungen
 - › Bekanntheit, Besitz und Kaufinteresse von **Smart Home-Systemen** behalten wir weiterhin im Auge.
 - › Wir prüfen, inwieweit **Smart Metering** und **Verbrauchsvisualisierungen** in Energieverträge integriert wird.
 - › **Cross Selling-Aktivitäten** werden fester Bestandteil des Instruments und erneut erhoben.
 - › Sach-Prämien und Hardware-Bundling: Was wird angeboten, was ist attraktiv?
 - › Neue Meta-Analysen durch Aggregation der Daten der letzten Jahre mit vielen tausend Fällen.
 - › Zeitlinie der wichtigen Marktereignisse und der damit einhergehenden Wechselimpulse, Wechselmotive und gewählten Anbietergruppen
 - › 20% größere Stichprobe, um den Entscheidungsprozess auch im Detail optimal abzubilden.
- ➔ **Die Vertriebskanalstudie Energie ist das umfassende Standardwerk zur Analyse von Wechselprozessen im Energiemarkt.**

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017

Fragestellungen und Inhalte



Anstoß zum Wechsel

- › Was war der Anlass, zum ersten Mal über den konkreten Wechsel nachzudenken?

Wechselgrund

- › Was war letztlich der Grund, weswegen der Vertrag mit dem alten Anbieter gekündigt wurde?

Informationskanäle

- › Wie informierten sich die Verbraucher über einen neuen Anbieter?

Wechselkanal

- › Über welche Kanäle schließen die befragten Haushalte ihre neuen Strom- und Gasverträge ab?

Zufriedenheit mit Wechselkanal

- › Würden die Verbraucher den genutzten Wechselkanal weiterempfehlen und beim nächsten Wechsel erneut nutzen?

Zufriedenheit mit Anbieter und Loyalität

- › Wie zufrieden sind die Verbraucher mit ihrem neuen Anbieter?
- › Wann ist der nächste Wechsel geplant?

Vertriebskanalstudie 2017

Studiendesign: Zweistufiger Befragungsprozess



1. Identifikation der Wechsler

- › Durchführung von ca. 5.000 Screening-Interviews, um mind. 1.200 Haushalte zu identifizieren, die ihren Strom- oder Gasversorger innerhalb der letzten zwei Jahre gewechselt haben.
- › Kurze Befragung der Screening-Teilnehmer zum aktuellen Energie-lieferanten, zur Zufriedenheit mit dem Anbieter und zur Wechselabsicht.
- › Ergänzende Frage zu Informations- und Vertriebskanälen bei Smart Home

**ca. 5.000
Interviews mit
Bestandskunden**

2. Hauptbefragung von rund 1.350 Wechslern und Kündigern

- › Verbraucher, die den Versorger innerhalb der letzten zwei Jahre gewechselt haben, werden ausführlich zu ihrem letzten Wechsel befragt:
 - › Aktueller und vorheriger Anbieter
 - › Zeitpunkt des letzten Wechsels
 - › Wechselanlass und Kündigungsgrund
 - › Gewählte Informationskanäle
 - › Gewählter Wechselkanal und Zufriedenheit mit dem Wechselkanal
 - › Aktuelle Wechselabsicht (Bindung an den neuen Anbieter)

**ca. 1.350 Interviews
mit Wechslern und
aktuellen Kündigern**

Vertriebskanalstudie 2017

Studiendesign: Inhalte der Kurzbefragung



> 5.000 Kurzinterviews zur Marktanalyse der Bestandskunden

- › Fragen im Rahmen der **Identifikation von Wechslern**
 - › Aktueller Strom- und/oder Gaslieferant
 - › Bisherige Vertragsdauer beim Anbieter
 - › Bisherige Wechselerfahrung (Anzahl Wechsel in der Vergangenheit)
- › **Zufriedenheits- und Bindungsfragen**
 - › Globalzufriedenheit mit dem aktuellen Anbieter
 - › Aktuelle Wechselabsicht bzw. Erwartung an die künftige Vertragsdauer
 - › Empfehlungsabsicht (NPS)
- › **Strom- und Gaspreis-Erhöhungen**
- › Fragen zu Informationskanälen und Bezugsquellen von **Smart Home-Systemen** sowie **Cross-Selling-Angeboten** (neu)

- ➔ **Die 5.000 Bestandskunden-Interviews bringen wichtige Erkenntnisse zur Marktstruktur und dienen der Identifikation von Haushalten, die ihren Strom- oder Gasversorger bereits gewechselt haben.**
- ➔ **Alle Befragten, die innerhalb der letzten zwei Jahre einen Versorgerwechsel vorgenommen haben, werden nach diesem Block in der Hauptbefragung weiter befragt.**

Vertriebskanalstudie 2017

Studiendesign: Inhalte der Hauptinterviews



1.200 Hauptinterviews (plus geschätzte 150 Kündiger-Interviews)

Im langen Wechsler-Interview werden die Verbraucher, die den Energieversorger in den letzten beiden Jahren zumindest einmal gewechselt haben, zu den gewählten Wechselkanälen, ihren Erfahrungen und ihrer Zufriedenheit befragt.

Folgende Aspekte werden in ca. 25 Fragen ermittelt.

- › Aktueller Gasanbieter, Kenntnis der Wechselmöglichkeit, Infos zu bereits erfolgtem Wechsel
- › Strom- oder Gasanbieter vor dem letzten Anbieterwechsel
- › Genutzter Vertriebskanal beim Wechsel
 - › Genereller Kanal (Tarifrechner, Einzelhändler, Haustürvertreter etc.)
 - › Exakter Vermittler (Verivox, Check24, mobilcom-debitel, Postbank etc.)
- › Kommunikationskanäle des Vermittlers
 - › Werbung, persönlicher Kontakt, Zeitungsartikel o.ä.
 - › Wo wurde die Werbung des Energieanbieters/Vermittlers wahrgenommen?
- › Künftig geplante Informationsquelle zum Anbieterwechsel
- › Aktuelle Wechselbereitschaft, wichtigste Gründe für Anbieterwechsel, Ersparnis beim Wechsel
- › Sonderthemen: Cross Selling beim Abschluss, Smart Metering, Prämien und Hardware-Bundling

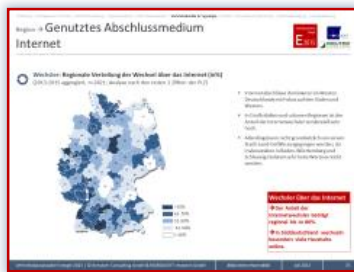
- › **Die „Vertriebskanalstudie Energie“ bietet einen detaillierten Überblick über die von den Verbrauchern genutzten Wechselkanäle:**
 - › Marktanteile einzelner Vertriebskanäle
 - › Bedeutung von Haustürgeschäften und neuen Vertriebsformen
 - › Rolle des Einzelhandels im Energievertrieb
- › **Der gesamte Wechselprozess wird intensiv durchleuchtet:**
 - › Welche Anlässe führen dazu, dass Verbraucher sich erstmals mit einem Versorgerwechsel beschäftigen und was führt letztlich zur Kündigung?
 - › Wo informieren sich Verbraucher über neue Anbieter und wie wechseln sie anschließend?
- › **Darüber hinaus geben echte Wechsler Auskunft über ihre aktuelle Wechselbereitschaft:**
 - › Aus welchen Gründen wird der nächste Wechsel stattfinden?
 - › Welcher Kanal wird voraussichtlich gewählt?
- › **Mit den 5.000 Bestandskunden-Interviews stehen wertvolle Informationen auf Basis einer großen Stichprobe zur Verfügung:**
 - › Aktuelle Marktanteile neuer Anbieter
 - › Letzter Wechsel des Energieversorgers
 - › Zukünftige Wechselabsicht

Die Vertriebskanalstudie zeigt auf...

- › **...über welche Kanäle die meisten Kunden verloren gehen oder gewonnen werden können.**
- › **...in welchen Informationskanälen Kundenbindungs- und Kundengewinnungsmaßnahmen am erfolgreichsten eingesetzt werden können.**
- › **...wo am ehesten werthaltige und loyale Kunden gewonnen werden können.**
- › **...wo Kundenservice und Kundenbindungsmaßnahmen ansetzen müssen, um die Zufriedenheit der Kundenbasis zu steigern.**

Vertriebskanalstudie 2017

Impressionen aus der Vertriebskanalstudie 2015



Gruppe	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gruppe 1
Gruppe 2
Gruppe 3
Gruppe 4
Gruppe 5
Gruppe 6
Gruppe 7
Gruppe 8
Gruppe 9
Gruppe 10

170 Seiten prägnante Ergebnisse inkl. Tabellenband mit zusätzlichen Analysen nach Gruppen

Vertriebskanalstudie 2017

Bestellinformationen



Erhebungszeitraum und Liefertermin

Die Befragung zur Vertriebskanalstudie findet im Zeitraum Februar bis April 2017 statt. Die Auslieferung der Studie erfolgt voraussichtlich ab Juni 2017.

Lieferumfang und Kosten der Studie

Die Lieferung der Studie erfolgt in elektronischer Form, bestehend aus:

- › Foliensatz mit Ergebnissen und Methodik als pdf-Dokument (Umfang ca. 170 Seiten).
- › Tabellenband zur detaillierten Analyse als Microsoft-Excel-Datei.

Die Kosten für die Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017 betragen 4.980,- Euro zzgl. Ust.

Es besteht die Möglichkeit, zusätzlich zur Hauptstudie eine Zusammenfassung in englischer Sprache zu bestellen.

Optionale Ergebnispräsentation

Auf Wunsch bieten wir an, die Ergebnisse der Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017 bei Ihnen vor Ort zu präsentieren.

Dabei besteht die Möglichkeit, sowohl die Gesamtergebnisse vorzustellen als auch eine zielgruppenspezifische Präsentation einzelner Themen durchzuführen.

Je nach Interessenslage und Schwerpunkt wird diese Präsentation entweder von Klaus Kreutzer oder von Thomas Donath durchgeführt.

Für die Präsentation erstellen wir gerne ein individuelles Angebot, das sich an Ihren inhaltlichen Schwerpunkten orientiert.

Frühbucheangebot

Die Nutzung des Frühbucheangebots setzt voraus, dass die verbindliche Bestellung bis zum 10.03.2017 eingeht.

Darüber hinaus ist das Angebot an die Vorauszahlung des Studienpreises 30 Tage nach Rechnungseingang gebunden.

Vertriebskanalstudie 2017

Verbindliche Bestellung



→ KREUTZER Consulting GmbH

Am Kloostergarten 1
81241 München

F+49 89 1890 464-10

Hiermit bestelle ich ein Exemplar der
„Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2017“

- zum **Frühbucherpreis** von 4.480 Euro zzgl. Ust.
(bis 10.03.2017 auf Rechnung bei Bestelleingang möglich *)
- zum ermäßigten Preis von 4.230 Euro zzgl. Ust.
als **Bezieher einer früheren Ausgabe der Vertriebskanalstudie**
(bis 10.03.2017 möglich)
- zum **regulären Preis** von 4.980 Euro zzgl. Ust.
(ab 11.03.2017)
- inkl. **englischsprachiger Zusammenfassung**
zum Preis von 5.690 Euro zzgl. Ust.

Ort, Datum, Unterschrift

Die Rechnungsstellung erfolgt nach Zusendung der
Auftragsbestätigung durch die Kreuzer Consulting GmbH.

Empfänger und Rechnungsadresse:

Frau Herr

Name

Vorname

Firma

Abteilung

Straße

PLZ und Ort

Telefon

E-Mail-
Adresse

Die Bestellung ist für den Besteller bindend. Die Rechnungsstellung erfolgt mit dem Versand der Auftragsbestätigung durch Kreuzer Consulting. Die Lieferung der Ergebnisse erfolgt als pdf-Datei (Präsentation) und xls-Dokument (Tabellenband) direkt nach Fertigstellung der Studie im Juni 2017.

* Die Rechnungsstellung erfolgt nach Bestelleingang mit Zahlungsziel 30 Tage ohne Skonto. Sollte die Studie durch unser Verschulden nicht zugestellt werden, wird die Bestellung annulliert und der gesamte Frühbucherpreis erstattet.

Über Kreutzer Consulting

- › Kreutzer Consulting unterstützt Unternehmen bei strategischen und operativen Entscheidungen mit maßgeschneiderten Analyse- und Beratungsleistungen.
- › Unser Ziel ist es, die bestmöglichen Lösungen für die Fragestellungen unserer Kunden zu entwickeln. Hierfür greifen wir neben unserem internen Know how auf ein Netzwerk spezialisierter Lösungspartner zurück.
- › Im Energiemarkt umfasst unser Dienstleistungsspektrum neben individuellen Analyse- und Beratungsleistungen im Markt- und Wettbewerbsumfeld auch Multi-Client-Studien und Reports zu aktuellen Marktentwicklungen und zum Wechselverhalten.

Über Nordlight Research

- › NORDLIGHT research ist ein Full-Service-Institut für Marktforschung. Wir konzipieren Marktforschungsstudien, führen diese mit spezialisierten Feldpartnern durch und liefern Ergebnisse mit Handlungsempfehlungen.
- › Unsere Philosophie ist die individuelle Umsetzung Ihrer Projekte mit intelligenter Methodik. Die NORDLIGHT research GmbH wurde Anfang 2007 gegründet. Firmensitz ist Hilden bei Düsseldorf.
- › Im Energiemarkt unterstützen wir Versorger seit 2008 mit thematischen Eigenstudien und Auftragsarbeiten in den Bereichen Beziehungsmanagement, Marketingkommunikation und Produktentwicklung.

Kreutzer Consulting

KREUTZER Consulting GmbH

Klaus Kreutzer
Geschäftsführer



Am Kloostergarten 1
81241 München

tel +49 (0) 89 1890464-22
fax +49 (0) 89 1890464-10

mail: kk@kreutzer-consulting.com
web: www.kreutzer-consulting.com

Nordlight Research

NORDLIGHT research GmbH

Thomas Donath
Geschäftsführer



Elb 21
40721 Hilden

tel +49 (0) 2103 25819-22
fax +49 (0) 2103 25819-99

mail: thomas.donath@nordlight-research.com
web: www.nordlight-research.com