

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute erhalten Sie die August-Ausgabe unseres „Energy Update“. In diesem Monat haben wir die aktuell am Markt verfügbaren Neukundenboni und –Rabatte und deren Kundenbindungswirkung abhängig vom Auszahlungszeitpunkt untersucht.

Zudem hat die Analyse von Google-Suchanfragen zum Suchbegriff „Stromvergleich“ ergeben, dass diese am häufigsten mit dem Suchbegriff „Stiftung Warentest“ korreliert. Dies ist ein eindeutiges Zeichen dafür, dass die Qualität des neuen Anbieters für die Verbraucher eine große Rolle spielt. Zum Schluss haben wir noch einige Informationen aus der Vertriebskanalstudie Energie 2014 zur Weiterempfehlungsbereitschaft der Wechsler. Wir freuen uns, das ein oder andere Thema mit Ihnen gemeinsam zu vertiefen.

Mit freundlichen Grüßen



Klaus Kreutzer

Neue Bonus- und Rabattmodelle zur Preisgestaltung

Strom- und Gaskunden gewinnt man am leichtesten mit einem günstigen Preis. Die Ersparnis gegenüber sonstigen Angeboten erzielen die meisten Anbieter dabei durch Neukundenboni, die am Ende des ersten Vertragsjahres im Rahmen der Jahresrechnung ausgezahlt bzw. auf eventuelle Nachzahlungen angerechnet werden.

Seit einiger Zeit existiert zusätzlich die Variante „Sofortbonus“, bei der der Bonus bereits zu Beginn, üblicherweise innerhalb von 60 Tagen nach Lieferstart, ausgezahlt wird. Sofortboni werden derzeit von immer mehr Versorgern angeboten, oft auch in Kombination mit einem Neukundenbonus, der am Ende des ersten Vertragsjahres zur Geltung kommt. Für den Kunden bedeutet dies, dass der Bonus sehr schnell verfügbar ist und dieser in voller Höhe ausgezahlt wird, da eine Verrechnung mit eventuellen Nachzahlungen zu diesem Zeitpunkt noch nicht stattfinden kann. [Weiterlesen](#).

Geringe Weiterempfehlungsbereitschaft trotz hoher Kundenzufriedenheit

Obwohl 45% der Energie-Bestandskunden als auch der Wechsler mit ihrem Energieversorger sehr oder gar ganz besonders zufrieden sind, schlägt sich dies nicht in der Weiterempfehlungsbereitschaft der Verbraucher nieder.

Die Weiterempfehlungsbereitschaft variiert aber stark nach Anbietergruppen. Lesen Sie mehr dazu [hier](#).

Internetwechsler auch an hoher Qualität interessiert

Die Sucheingaben von Google-Nutzern geben einen aufschlussreichen Einblick in verschiedene Aspekte des Kundenverhaltens. Eine Möglichkeit ist die Auswertung jener Suchbegriffe, nach denen am häufigsten zum selben Zeitpunkt gesucht wird. Auf diese Weise lässt sich erkennen, mit welchen Themenkomplexen sich die Kunden beschäftigen.

Für den Zeitraum vom 01.01.2011 bis zum 23.02.2014 haben wir diese Auswertung für den Suchbegriff „Stromvergleich“ vorgenommen, der ein eindeutiger Indikator für das Interesse eines Kunden an einem Anbietervergleich ist. Das Ergebnis zeigt überraschenderweise, dass die Anzahl der Suchen nach „Stromvergleich“ die stärkste Korrelation mit Suchen nach „Warentest Stromanbieter“ und „Stiftung Warentest Stromanbieter“ aufweist. Erst an dritter Stelle kommt eine ebenfalls starke Korrelation mit dem Suchbegriff „Verivox“. [Weiterlesen](#).

Stromkunden zeigen etwas mehr Wechselinteresse

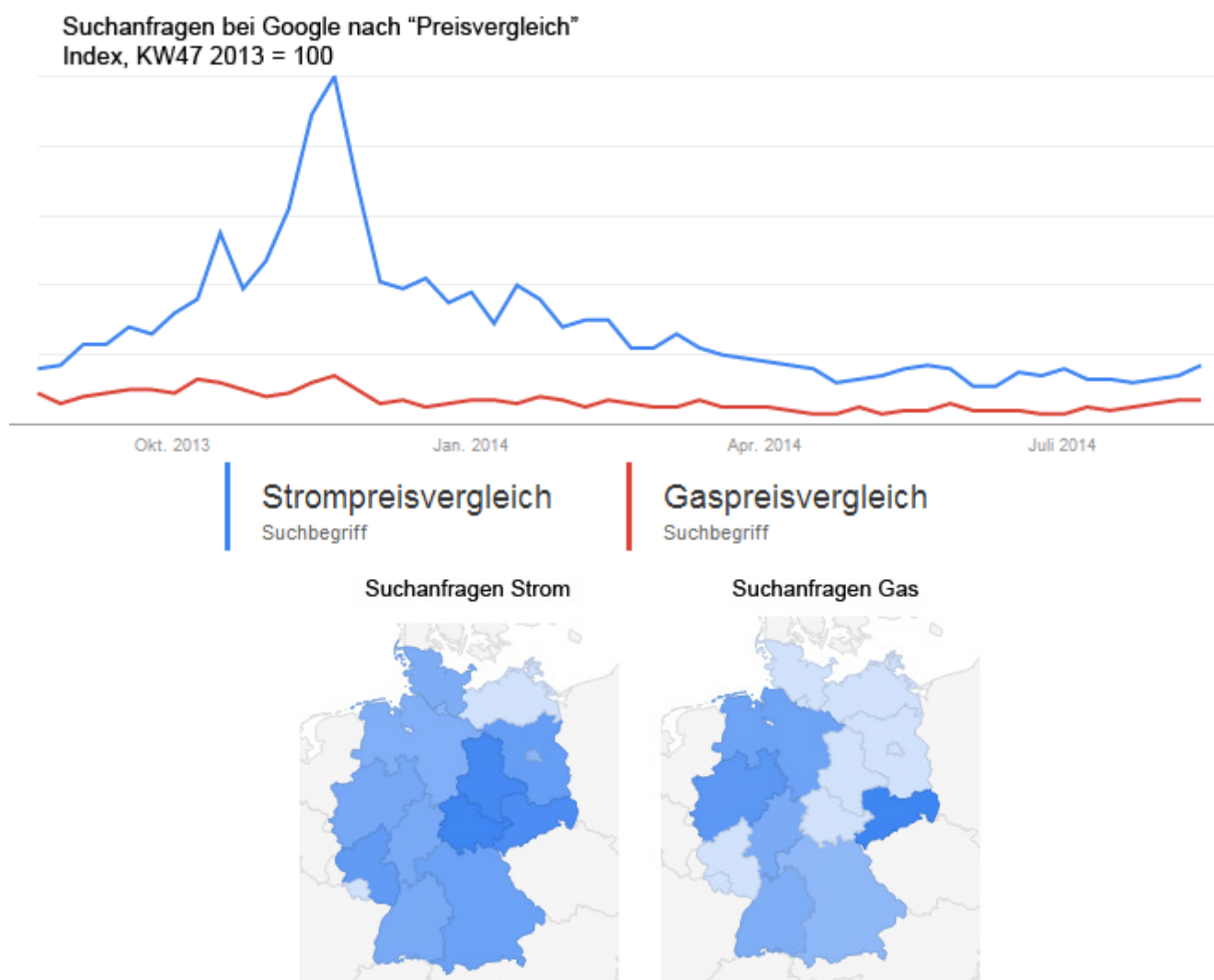
Leichter Anstieg im Strommarkt

Im August hat sich das Aufkommen der Suchanfragen nach „Strom-“ und „Gaspreisvergleich“ ein wenig lebhafter als im Vormonat gezeigt. Dies liegt zum größten Teil an den privaten Stromkunden, die ihre Suchanfragen um ca. 40% erhöht haben. Trotz der Steigerung bleibt das Aufkommen auf einem insgesamt niedrigen Niveau.

Regional verändert sich jedoch die Verteilung der Suchanfragen. Während Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg einen deutlichen Rückgang zu verzeichnen haben, steigt das Aufkommen im Saarland und in Bremen.

Gasmarkt stagniert

Die Gasinteressenten haben in etwa die gleiche Menge an Suchanfragen getätigt. Auch die regionale Verteilung ist weitgehend gleich geblieben. Das geringe Aufkommen entspricht der allgemeinen ruhigen Phase im Energiemarkt. Dies wird sich erst mit neuen Preisimpulsen, gegebenenfalls aus dem Strommarkt, ändern.



Umfassende Informationen zum Wechselverhalten bieten wir im monatlichen Branchenreport [Energemarkt Aktuell](#), in der [Wechslerstudie Energie](#) und im Rahmen der [Vertriebskanalstudie Energie 2014](#). Gerne beraten wir Sie auch hinsichtlich Ihrer Strategien zu Kundenakquisition, Kundenbindung und Rückgewinnung.

KREUTZER Consulting GmbH | Am Kloostergarten 1 | 81241 München

Telefon: +49 (0)89 1890 464-0 | Telefax: +49 (0)89 1890 464-10

E-Mail: info@kreutzer-consulting.com

Internet: www.kreutzer-consulting.com

Das vollständige Impressum finden Sie [hier](#).

Melden Sie sich [per Email](#) oder auf unserer [Homepage](#) zum Newsletter an.

Zur Abbestellung des Newsletters, klicken Sie [hier](#).

Diese Ausgabe als [PDF herunterladen](#).

Folgen Sie uns in Social Media:

