

Sehr geehrte Damen und Herren,

wer die diesjährige E-world besucht hat, wird eine Vielfalt an Angeboten rund um neue Geschäftsfelder und energienahe Dienstleistungen erlebt haben. Dennoch ist nicht immer klar gewesen, wie diese zukunftssträchtigen Angebote sinnvoll in das bestehende Geschäftsmodell der Energieversorgungsunternehmen zu integrieren sind. Vor diesem Hintergrund sind uns in den letzten Tagen einige Meldungen besonders aufgefallen, die Hinweise auf die künftige Entwicklung der Versorgungswirtschaft geben.

Gleichzeitig kommt eine aktuelle Marktforschungsstudie von CSC zu dem Ergebnis, dass 43 Prozent der Bundesbürger individuelle Angebote von ihren Energieversorgern wünschen. Zusammen genommen zeigen beide Entwicklungen einerseits, wie Energieversorger neue Dienstleistungen in ihr bestehendes Portfolio integrieren können, als auch andererseits, wie sie ihre Produkte – Strom und Gas sowie Dienstleistungen – bedarfsgerecht und kundenorientiert vermarkten und vertreiben müssen.

Zuletzt möchten wir in eigener Sache auf den Frühbucherrabat der Vertriebskanalstudie Energie 2015 hinweisen. Wer bis zum 28.02.2015 die Studie bestellt, spart zehn Prozent gegenüber dem regulären Preis. Gerne stehen wir Ihnen für ein unverbindliches Gespräch zu den Inhalten der Studie zur Verfügung und können Ihnen auf Anfrage einzelne Auszüge aus der Vorjahresstudie zukommen lassen.

Wir wünschen Ihnen nun eine spannende Lektüre und freuen uns auf Ihre Anregungen und Feedback.

Mit freundlichen Grüßen



Klaus Kreutzer

Versorger setzen verstärkt auf Energiedienstleistungen

Während der Ausbau der Aktivitäten in neuen Geschäftsfelder von vielen Versorgern bisher eher punktuell und ohne klar erkennbaren Fokus stattfand, zeigen sich mittlerweile bei immer mehr Unternehmen konkrete und umfassende Strategien.

So hat ENTEGA vor einigen Tagen mitgeteilt, Energieeffizienz-Dienstleistungen als neuen Schwerpunkt ihrer Produktstrategie zu setzen und dazu eine Reihe neuer Produkte auf den Markt bringen zu wollen. Bereits vorhandene Leistungen wie das PV-Pachtmodell „Solarstrom komplett“, ein Heizungscontracting-Angebot und eine Smart Home-Lösung sollen noch in diesem Jahr um weitere Services ergänzt werden.

Lesen Sie [hier](#) weiter.

Energiekunden fordern individuelle Angebote und aktive Kommunikation

Während der BDEW in der aktuellen Studie „Kundenfokus Haushalte 2014“ der Energiewirtschaft eine insgesamt sehr hohe Kundenzufriedenheit bescheinigt, sollten Energieversorger ihre Aufmerksamkeit auch der soeben erschienenen Studie „Marketing und IT 2015“ des Beratungsunternehmens CSC widmen. Daraus geht nämlich hervor, dass sich 43 Prozent der 1.000 von Toluna befragten Bundesbürger individuelle Angebote vom ihrem Energieversorger wünschen. Doch nicht einmal jeder Fünfte gibt an, ein passendes Angebot zu erhalten.

Dabei stößt das Interesse der Energiekunden an der aktiven Kommunikation zu individuellen Lösungen auf weitaus mehr Zustimmung als bei Kunden anderer Branchen, etwa Telekommunikation (31 Prozent), Banken (28 Prozent) oder Versicherungen (27 Prozent). Nur 24 Prozent der Energiekunden lehnen eine persönliche Ansprache der Energieversorger klar ab. Weitere 33 Prozent sind unentschieden. Lesen Sie [hier](#) weiter.

Frühbucherrabat für die Vertriebskanalstudie Energie 2015 endet in Kürze

Am 28.02.2015 endet unser Frühbucherrabat in Höhe von zehn Prozent auf die Vertriebskanalstudie Energie 2015.

Wie jedes Jahr werden Interviews mit rund 5.000 Energiekunden geführt, um darunter 1.000 Wechsler zu identifizieren und diese zu ihrem Wechselverhalten zu befragen. Auf Basis der Interviews mit echten Wechslern kann die Studie quantifizierte Antworten auf folgende zentrale Fragestellungen geben:

- Anstoß zum Wechsel
- Wechselgrund
- Genutzte Informationskanäle
- Genutzter Wechselkanal
- Zufriedenheit mit dem Wechselkanal
- Loyalität und Zufriedenheit mit dem Anbieter

Weitere Informationen zur Studie und Methodik sowie Impressionen aus der Vorjahresstudie und das Bestellformular stehen auf unserer [Homepage](#) zur Verfügung.

Interesse am Stromwechsel außergewöhnlich hoch

Dass Preiserhöhungen zum Jahreswechsel ausgeblieben sind und es stattdessen zu zahlreichen Preissenkungen gekommen ist, scheint sich auf das Wechselverhalten der Kunden ausgewirkt zu haben. Es ist auffällig, dass der Januar und Februar außergewöhnlich hohe Werte für die Anzahl der durchgeführten Suchen nach "Strom-" und "Gaspreisvergleich" ausweisen, während die Werte zum üblichen Höhepunkt der Wechselsaison im November vergleichsweise niedrig aufgefallen sind.

Suchanfragen im Strommarkt

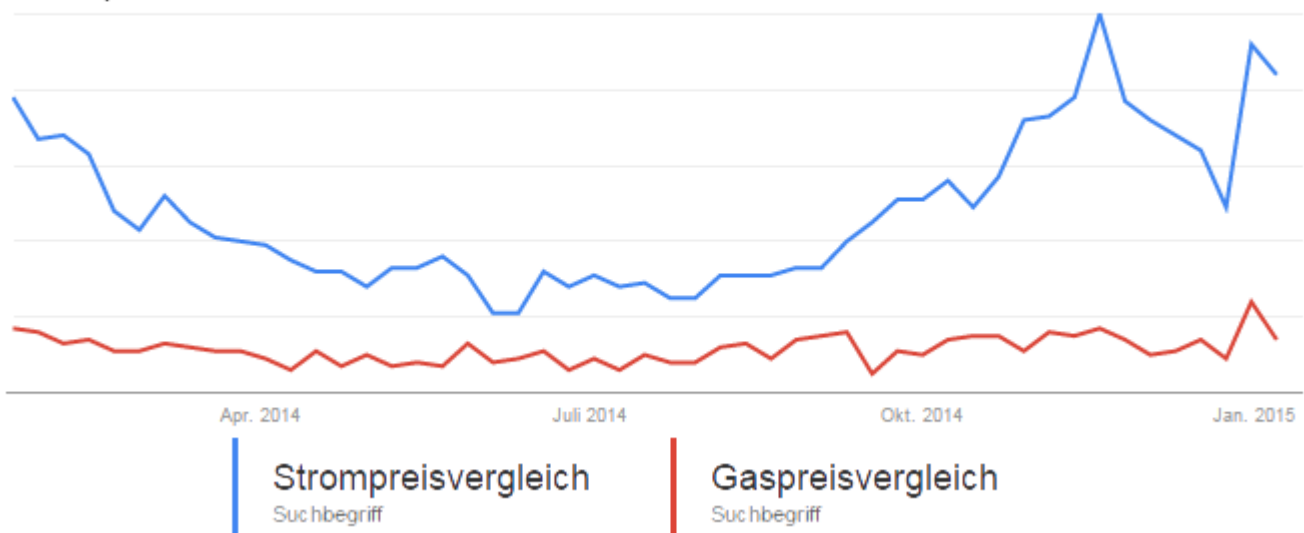
Der Verlauf der Suchanfragen nach "Strompreisvergleich" zeigt eine außergewöhnliche Entwicklung. In der Vergangenheit ist das Aufkommen nach dem Jahreshoch im November stetig zurückgegangen. Seit dem 01.01.2015 verharrt die Anzahl der Suchanfragen hingegen auf einem erhöhten Niveau.

In den letzten 90 Tagen sind die Suchanfragen insbesondere aus Schleswig-Holstein, Berlin und Sachsen gekommen. In den letzten 30 Tagen hingegen stammen sie überwiegend aus Nordrhein-Westfalen und Bayern.

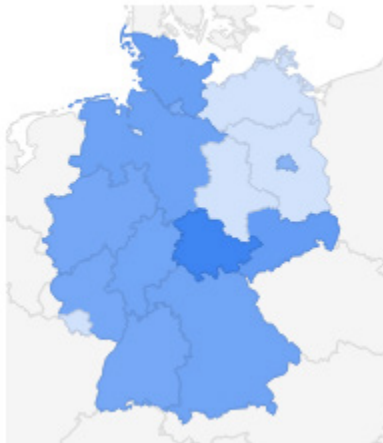
Suchanfragen im Gasmarkt

Die Suchanfragen im Gasmarkt entwickeln sich ähnlich auffällig wie im Strommarkt. Es ist insgesamt ein für diese Jahreszeit bemerkenswert hohes Aufkommen zu beobachten. Dies liegt im Wesentlichen am Verhalten im Strommarkt, da Wechselwillige für gewöhnlich Strom- und Gaspreise gleichzeitig vergleichen.

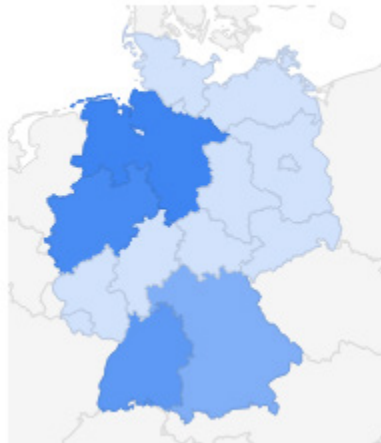
Suchanfragen bei Google, Jan. 2013 bis Jan. 2014
Index, KW47 2014 =100



Suchanfragen Strom



Suchanfragen Gas



Umfassende Informationen zum Wechselverhalten bieten wir im monatlichen Branchenreport [Energiamarkt 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:

