



Jubiläumsausgabe

2013 **10 Jahre Insights
und Markttransparenz
für Ihre erfolgs-
kritischen
Entscheidungen**
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2020
2021
2022



Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022

Wechselverhalten und Kundenloyalität transparent gemacht

Angebot & Studiendesign

► Überblick



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

- › Groß angelegte Befragung von >1.500 echten Wechslern & Kündigern
- › 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 Wechselabsicht bspw. vor dem Hintergrund von Preisanpassungen oder einer Unzufriedenheit mit dem aktuellen Anbieter?



Die *Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022* ermöglicht detaillierte Einblicke in das Entscheidungsverhalten von Haushalten, die den Strom- oder Gasversorger gewechselt haben.

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022

► Neue und fortgeführte Sonderthemen in 2022



1. Digitale Kundenkommunikation

Relevanz digitaler Services und Prozesse für Abschluss, Bleiben und Empfehlung

2. Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit als Argument für Wechsel und Treue sowie einhergehende Aufpreisbereitschaft

3. Smart Metering

Angebote, Einbau, Verbrauchsvisualisierung und flexible Tarife



4. E-Mobility

E-Auto und Wallbox (Potenziale und Barrieren) und Fragen zur THG-Quote

5. Cross Selling

Aktivitäten und Erfolge

6. Energiepreiskrise

Preiserhöhungen, anbieterseitige Kündigungen, Insolvenzen und Kundenreaktionen



Die *Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden* ist nicht nur das umfassende Standardwerk zur Analyse von Wechselprozessen im Energiemarkt.

Sie beobachtet auch die relevanten Trends im Markt!



**ca. 5.000 Interviews
mit Bestandskunden**



Multi-Frame-Ansatz
Befragte werden über
Online-Panel, Festnetz
und Mobilfunk rekrutiert – für
hohe Repräsentativität

**ca. 1.500 Interviews
mit Wechslern und
aktuellen Kündigern**

1. Identifikation der Wechsler

- › Durchführung von ca. 6.500 Screening-Interviews, um ca. 1.500 Haushalte zu identifizieren, die ihren Strom- oder Gasversorger innerhalb der letzten zwei Jahre gewechselt haben.
- › Kurze Befragung von ca. 5.000 Bestandskunden zum aktuellen Energielieferanten sowie zu ausgewählten Themen (z.B. Zufriedenheit, Wechselabsicht, Cross-Selling-Bereitschaft, Interesse an E-Mobility, Öko-Tarife Strom und Gas).

2. Hauptbefragung von 1.500 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
- › Erneute, zukünftige Wechselabsicht (Bindung an den neuen Anbieter)



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?

Bewertung Wechselkanal

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

Zufriedenheit und Loyalität

- › Wie zufrieden ist man mit dem neuen Anbieter?
- › Wann ist der nächste Wechsel geplant?

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022

► 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 **Digitale Kundenkommunikation, Nachhaltigkeit, Smart Metering, E-Mobility, Cross Selling, Impact der Energiepreiskrise**

► 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.



Rund 1.500 Hauptinterviews (plus rund 200 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 Strom- oder Gasanbieter**, Kenntnis der Wechselmöglichkeit, Infos zu bereits erfolgtem Wechsel
- › **Vorheriger Strom- oder Gasanbieter** (vor dem letzten Anbieterwechsel)
- › Genutzter **Vertriebskanal** beim Wechsel
 - › Genereller Kanal (Tarifrechner, Einzelhändler, Haustürvertreter etc.)
 - › Exakter Vermittler (Verivox, Check24, mobilcom-debitel, Mediamarkt 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**: Digitale Kundenkommunikation, Nachhaltigkeit, Smart Metering, E-Mobility, Cross Selling, Impact der Energiepreiskrise

► Ihr Nutzen

- › **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 informiert man sich über neue Anbieter und wie wechselt man 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 Studie zeigt auf...

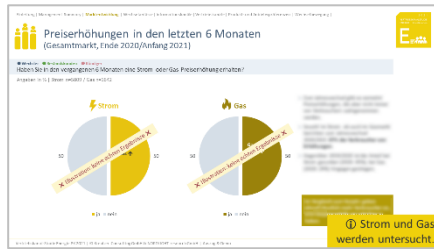
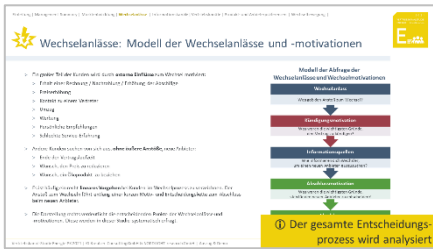
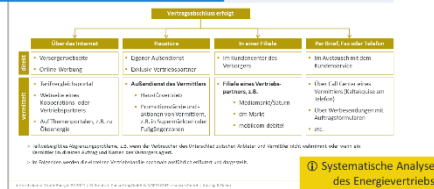
- 1** ...über welche Kanäle die meisten Kunden verloren gehen oder gewonnen werden können.
- 2** ...in welchen Informationskanälen Kundenbindungs- und Kundengewinnungsmaßnahmen am erfolgreichsten eingesetzt werden können.
- 3** ...wo am ehesten werthaltige und loyale Kunden gewonnen werden können.
-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

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022

► Impressionen aus früheren Vertriebskanalstudien



200+ Seiten prägnante Ergebnisse
inkl. Tabellenband mit zusätzlichen Gruppenanalysen





► Bestellinformationen



Erhebungszeitraum und Liefertermin

Die Befragung zur *Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022* findet im Zeitraum Februar bis April 2022 statt. Die Auslieferung der Studie erfolgt voraussichtlich ab Juni 2022.

Lieferumfang und Kosten der Studie

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

- › Foliensatz mit Ergebnissen und Methodik als pdf-Dokument (Umfang voraussichtlich über 200 Seiten).
- › Tabellenband im Microsoft-Excel-Format zur weiteren Detailanalyse.

Die Kosten für die *Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022* 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 2022* bei Ihnen vor Ort oder per Web zu präsentieren.

Dabei besteht die Möglichkeit die Gesamtergebnisse vorzustellen oder 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.

Frühbucher- und Stammbezieherangebot

Die Nutzung dieser Angebote setzt voraus, dass die verbindliche Bestellung bis zum **25.02.2022** eingeht. Darüber hinaus ist das Angebot an die Vorauszahlung des Studienpreises 30 Tage nach Rechnungseingang gebunden.

► Boost-Module



Steigern Sie den Wert und die Wirkung der Studie zusätzlich mit folgenden **Boost-Modulen**.



Englischsprachige Zusammenfassung

Sie arbeiten mit internationalen Kollegen zusammen, die den deutschen Markt verstehen wollen? Mit der englischsprachigen Zusammenfassung bringen Sie sie auf den aktuellen Stand.

Kurz-Workshop

Sie haben keine Zeit, sich einzuarbeiten und die Ergebnisse Kollegen und Management vorzustellen? Sie schätzen externe Expertise? Wählen Sie mit uns die für Sie relevanten Themen aus, damit wir diese in Ihrem Hause oder via Web vorstellen. Gemeinsam diskutieren wir aktuelle Entwicklungen und Konsequenzen. Vier Stunden sind zu kurz? Auf Anfrage weiten wir das Angebot gerne aus.



Regio-Marktforschung

Sie wüssten gerne genau, was Verbraucher in Ihrem Vertriebsgebiet denken oder was Kündiger Ihres Unternehmens zum Wechsel bewegt hat?



Abhängig von der Größe Ihres Vertriebsgebietes und der Verfügbarkeit von Opt-In-Adressen können wir online oder telefonisch gezielt Ihre Kunden oder Haushalte in Ihrem Vertriebsgebiet befragen.

Die Ergebnisse vergleichen wir mit dem hochrobusten Bundes-Benchmark.

Auf diese Weise lernen Sie die Besonderheiten Ihrer Kunden kennen und erhalten individuelle Analysen und Empfehlungen.

Preis auf Anfrage im Rahmen einer Angebotserstellung



Online-Dashboard

Für DIY-Deep Dives: Erhalten Sie Zugriff für ein Jahr auf unser Online-Reporting, mit dem Sie *alle* Fragen bequem nach *allen* Gruppen und mit eigenen Filtern grafisch darstellen können.

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022

► Bestellung



Bestellung via Fax, Scan oder postalisch an →

**KREUTZER Consulting GmbH | Lindwurmstraße 109 |
80337 München | F+49 89 1890 464-10**

Hiermit bestelle ich ein Exemplar der
„Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2022“

- zum **Preis** von 4.980 Euro zzgl. Ust. inkl. 4h-Workshop (zzgl. Reisekosten)
- im **Bundle mit der Bündelprodukt-Studie Energie 2022** zum Preis von 7.490 Euro zzgl. Ust.
- Kurz-Workshop (max. 4h)**** zum ~~Aufpreis von +990 Euro~~ zzgl. Reisekosten, zzgl. Ust.
- plus **Online-Dashboard** zum Aufpreis von +990 Euro zzgl. Ust.

Empfänger und Rechnungsadresse

Frau Herr

Vorname, Name:

Firma:

Abteilung:

Position:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

E-Mail-Adresse:

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

* Die Rechnungsstellung erfolgt nach Bestelleingang mit Zahlungsziel 30 Tage ohne Skonto.

** Die Reisekosten werden zusätzlich nach tatsächlichem Aufwand in Rechnung gestellt.

Ort, Datum, Unterschrift

Über Kreutzer Consulting und NORDLIGHT research



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 finden. Hierfür greifen wir neben unserem internen Know how auf ein Netzwerk spezialisierter Lösungspartner zurück.
- › Unser Leistungsspektrum umfasst neben Studien und Reports vor allem individuelle Analyse- und Beratungsleistungen zu Strategie, Vertrieb, Produktentwicklung und in neuen Geschäftsfeldern. Ebenso unterstützen wir bei der Anbahnung von Kooperationen oder beim Erwerb / Verkauf von Kundenportfolien / Beteiligungen.



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.

Über Kreutzer Consulting und NORDLIGHT research



Kreutzer Consulting

KREUTZER Consulting GmbH



Klaus Kreutzer
Geschäftsführer

Lindwurmstraße 109
80337 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