



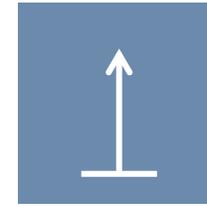
Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

Wechselverhalten und Kundenloyalität transparent gemacht

Angebot & Studiendesign

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Überblick



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

- › Groß angelegte Befragung von >2.000 echten Wechslern & Kündigern
- › Identifikation der Wechsler über ca. 7.500 Screening-Interviews aus Zufallsstichprobe
- › 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?
- › Besteht erneut Wechselabsicht wegen Preisanpassungen oder Unzufriedenheit?
- › Auf welchen Wegen wählen Kunden ihre Anbieter aus?
- › Was hält Kunden bei ihren Anbietern?



Die «Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025» ermöglicht detaillierte Einblicke in das Entscheidungsverhalten von Haushalten, die den Strom- oder Gasversorger gewechselt haben oder sich entscheiden zu bleiben.

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Fragen zum Wechselprozess



Anstoß & Wechselgrund

- › Was war der Anlass, erstmalig über den Wechsel nachzudenken?
- › Was waren die Gründe, weswegen der Vertrag mit dem vorherigen Anbieter gekündigt wurde?

Auswahlkriterien

- › Worauf legt man beim neuen Anbieter wert?
- › Welcher Tarif wurde abgeschlossen? Nutzt man Cross-Selling-Angebote?

Informationskanäle

- › Wie informierten sich Verbraucher über einen neuen Anbieter?
- › Auf welchen Wegen wird die Entscheidung beeinflusst?

Medien und Wechselkanal

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

Bewertung Wechselkanal

- › Wie zufrieden ist man mit dem Wechselprozess?
- › Welche Anlässe zu Unzufriedenheit gab es eventuell?

Zufriedenheit und Loyalität

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

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Fragen zur Kundenbeziehung und zum Vertrag



Vertrag

- › Alter des Vertrags
- › Preisgarantie, Öko- / Klima-Tarife, Geldboni und Sachprämien, Vertragsbindung, Smart Meter

Preisanpassungen

- › kürzliche Erhöhungen / Senkungen
- › Höhe in €
- › Gründe trotz Erhöhung zu bleiben

Bindungsmotive

- › Rationale und emotionale Gründe, beim Anbieter zu bleiben
- › bindungsrelevante Einstellungen / Kundenpersönlichkeit

Kundenbindung

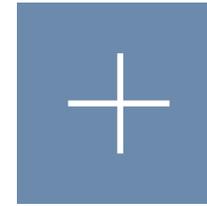
- › Beziehungsdauer, langfristige Bleibeabsicht, Wechselpläne, Empfehlungsbereitschaft (NPS)
- › Zufriedenheit

Haushalt und Kunde

- › Soziodemographie
- › Haushaltsgröße
- › Strom- und ggf. Gas-Kosten

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Neue und fortgeführte Sonderthemen in 2025



1. Cross Selling-Aktivitäten und -Erfolge

Analysierte Angebote (Auszug): Beratungen, Smart Home, PV, Wallboxen, Internet und Mobilfunk

2. Digitale Kundenkommunikation

Relevanz digitaler Services und Prozesse für die Anbieterwahl inkl. AI-Chatbots (Tracking)

2. Öko- und Spezial-Tarife

Spezielle Strom- und Gastarife mit Fokus auf z.B. Nachhaltigkeit, E-Mobility, Heizen



4. Smart Metering und dynamische Tarife

Angebote, Einbau, Verbrauchsvisualisierung und dynamische Tarife / Flex-Tarife

5. Treue- und Kundenbindungsprogramme

Angebote vom Versorger, Kenntnis und Nutzung für z.B. regionale Rabatte

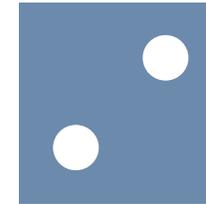
6. Kostendruck & Versorgungssicherheit

Preisvergleiche, Einschränkungen, Vertrauen in Versorgung, CO₂-Bepreisung



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

Sie beobachtet zudem aktuelle relevante Trends im Markt!



über 7.000 Interviews
mit Strom- und Gaskunden

davon
ca. 2.000 Interviews
mit Wechslern und
aktuellen Kündigern



Multi-Frame-Ansatz

Befragte werden über Online-Panel,
Festnetz und Mobilfunk rekrutiert - für hohe
Repräsentativität

1. Basis-Befragung und Wechsler-Identifikation

- › Durchführung von insgesamt mehr als 7.000 Interviews (2025:7.543)
- › Erhebung von Kundenbindung und Wechselabsichten, Zufriedenheit, Bleibegründe (Bestandskunden), abgeschlossene Tarife und Vertiefungsthemen wie Energiepreiskrise oder Cross-Selling
- › Identifikation von rund 2.000 (2025: 2Haushalten, die ihren Strom- oder Gasversorger innerhalb der letzten zwei Jahre gewechselt haben oder deren Vertrag aktuell gekündigt ist.s

2. Zusätzliche Fragen an 2.000 Wechsler und Kündiger

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)

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Identifikation der Wechsler



Zu Beginn der Interviews werden Wechsler identifiziert

- › **Wechsler werden anhand Ihrer „faktischen“ Antworten zur Kundenbeziehung identifiziert. Sie werden nicht direkt gefragt, ob Sie gewechselt haben.**

Wird mit Erdgas geheizt? Beahlt man direkt an den Versorger und nicht über Nebenkosten? → Zuordnung „Gaskunde“

Aktueller Stromversorger und Gasversorger (bei Gasdirektkunden)
(zusätzlich bei Wechslern: frühere Anbieter; bei Kündigern: zukünftiger Anbieter)

Dauer, seit der man beim Versorger ist
(Vertragsdauer und gesamte Kundenbeziehung)

Status Energievertrag: laufend, anbieterseitig oder kundenseitig gekündigt

- **Zuweisung zu den drei Gruppen Wechsler, Bestandskunde, Kündiger**
Zuweisung zum Interviewstrang „Strom“ oder „Gas“

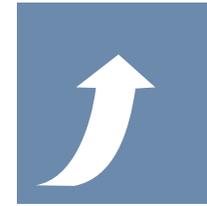
► Die insgesamt 7.543 Interviews (telefonisch und online) vermitteln wichtige Erkenntnisse und verlässliche Informationen zur Marktstruktur und dienen auch der Identifikation von Haushalten, die ihren Strom- oder Gasversorger gewechselt haben, um den Wechsel vertiefend zu analysieren.

► Alle Befragten, die innerhalb der letzten zwei Jahre einen Versorgerwechsel vorgenommen haben oder ihren Vertrag jüngst gekündigt haben, werden detailliert zum Wechselprozess befragt.

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Ihr Nutzen

- › **Die „Vertriebskanalstudie Energie“ bietet einen Marktüberblick.**
 - › Marktanteile (neuer) Anbieter
 - › Marktanteile einzelner Vertriebskanäle
 - › differenziert nach sieben Anbietersegmenten
- › **Der gesamte Wechselprozess wird intensiv durchleuchtet.**
 - › Welche Anlässe führen dazu, dass Verbraucher sich mit einem Versorgerwechsel beschäftigen und was führt letztlich zur Kündigung?
 - › Wo informiert man sich über neue Anbieter? Worauf legt man Wert?
- › **Kunden geben Auskunft über ihre aktuelle Wechselbereitschaft.**
 - › Aus welchen Gründen wird der nächste Wechsel stattfinden?
 - › Halten Kunden derzeit die Augen offen?
 - › Wie reagieren sie auf Preisanpassungen?
 - › Welche Bedeutung haben die Preisbremsen
- › **Bindung, Präferenzen und Motive**
 - › Zukünftige Wechselabsicht oder auch Bleibeabsicht
 - › Gründe beim Anbieter zu bleiben
 - › Präferenzen zu Produkten und Anbietern



Die Studie zeigt auf...

- 1** ...über welche Kanäle die meisten Kunden verloren gehen oder gewonnen werden können.
- 2** ...wo am ehesten werthaltige und loyale Kunden gewonnen werden können.
- 3** ...wo Kundenservice und Kundenbindungsmaßnahmen ansetzen müssen, um die Zufriedenheit der Kundenbasis zu steigern.
- 4** ...wie Kunden im aktuell schwierigen ökonomischen Umfeld agieren und voraussichtlich auf Preisanpassungen und -bremsen reagieren

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Impressionen aus früheren Vertriebskanalstudien



300 Seiten prägnante Ergebnisse inkl. Tabellenband mit zusätzlichen Gruppenanalysen



Wechselanlässe: Modell der Wechselanlässe und -motivationen

Modelle der Abfolge der Wechselanlässe und Wechselmotivationen

- 1. **Wandelanlass**: Abwandlung von Umständen
- 2. **Kennzeichnerfunktion**: Kennzeichen für Veränderung
- 3. **Entscheidungsmotiv**: Antriebskräfte für den Wechsel
- 4. **Abwägungsmotiv**: Bewertung der Alternativen

Der gesamte Entscheidungsprozess wird analysiert

Zeit → Anstoß zum Wechsel (1/3)

Wann gab es den Anstoß zum Wechsel des Energieanbieters? In welchen Monaten haben Sie zum ersten Mal über den Wechsel nachgedacht?

Zeitreihen seit 2015

Systematische Analyse des Energievertriebs

Systematische Analyse des Energievertriebs

- Online Werbung**: Werbefläche, Sponsored Content, Thesenangebote
- Deutscher Vertriebspartner**: Außendienst, Inendienst, Filiale eines Vertriebspartners
- Par Brand, Fax oder Telefon**: Im Kundenzentrum, Im Anschluss, Über Callcenter, Über Werbestellen, Auftragsformulare

Preiserhöhungen in den letzten 6 Monaten

Preiserhöhungen in den letzten 6 Monaten (Gesamtmarkt, Ende 2020/Anfang 2021)

Strom und Gas werden untersucht

Strombörsen-Produkte für Privatkunden

Produkt neutral vorgestellt

Was wäre, wenn...? Was heißt Einkaufspreis?

Mit Sondertemen am Puls der Zeit

Management Summary (3)

Management Summary (3)

Management Summary: Studien-Highlights

Schätzung aktueller Anbieterverteilung im Strommarkt

Schätzung aktueller Anbieterverteilung im Strommarkt

Analysen nach Anbietergruppen

Vermittler

Vermittler

Vermittler im Blick

Einleitung Marktentwicklung

Einleitung Marktentwicklung

Befragungsergebnisse plus Deskresearch und Markteinschätzungen

Überblick: Wechsel-Motiv-Typ und Häufigkeit unter aktuellen Wechselern

Überblick: Wechsel-Motiv-Typ und Häufigkeit unter aktuellen Wechselern

Wechselmotiv-Typen, um Kunden zu verstehen

Excel-Tabellenband zur Studie

Excel-Tabellenband zur Studie

plus Excel-Tabellenband mit allen Fragen und allen Splits

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Bestellinformationen



Lieferumfang und Kosten der Studie

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

- › Foliensatz mit Ergebnissen und Methodik als pdf-Dokument (Umfang 300 Seiten)
- › Tabellenband im Microsoft-Excel-Format zur Detailanalyse
- › Eine Web-Kurz-Präsentation (1h) ist kostenneutral buchbar. In dieser stellen wir die Studie und Kernergebnisse vor. Siehe auch Workshop / Lang-Präsentation.

Die Kosten für die «Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025» betragen 5.490,- Euro zzgl. Ust.

Kombi-Angebot

Bei gleichzeitiger Bestellung der Studie EDL-Kompass 2025 gewähren wir einen Kombirabatt von 990 Euro auf den Gesamtpreis, d.h. statt 10.980 Euro kostet das Studien-Bundle nur 9.990 Euro zzgl. Ust.

Erhebungszeitraum und Liefertermin

Die Befragung (CATI und Online-Panel) fand im Zeitraum April bis Juli 2025 statt.



Workshop / Lang-Präsentation

Sie möchten die Ergebnisse Kollegen und Management vorstellen? Sie schätzen externe Expertise?

Auf Wunsch bieten wir an, die Ergebnisse der bei Ihnen via Web oder vor Ort ausführlich zu präsentieren.

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

Wählen Sie mit uns die für Sie relevanten Themen aus, damit wir diese in Ihrem Hause vorstellen. Gemeinsam diskutieren wir aktuelle Entwicklungen und Konsequenzen.

Formate, Umfang und Preis basierend auf individuellem Angebot

Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025

► Boost-Module



Custom-Marktforschung



Sie wüssten gerne genau, wie Verbraucher in Ihrem Vertriebsgebiet ticken und sich vom Bundesdurchschnitt unterscheiden?

Abhängig von der Größe Ihres Vertriebsgebietes und/oder 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 Bundes-Benchmark. Auf diese Weise lernen Sie die Besonderheiten Ihrer Kunden kennen und erhalten individuelle Analysen und Empfehlungen.

Preis basierend auf individuellem Angebot



Englischsprachige Zusammenfassung

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



Individuelle Analyse & Beratung



Sie möchten Kombiprodukte einführen oder Ihre Tarif- und Dienstleistungslandschaft fit für die Kundenanforderungen der Zukunft machen?

Wir bieten Ihnen basierend auf Ihren Bedürfnissen an:

- › Analyse der Bedürfnisse Ihrer Kunden und der Marktpotenziale
- › Entwicklung von innovativen Commodity-Produkten für Bestands- und Vertriebskunden
- › Entwicklung von Energiedienstleistungsangeboten als Stand Alone oder im Bündel mit Strom oder Gas
- › Identifikation geeigneter Partner und Dienstleister sowie Bereitstellung von Lösungen für die Realisierung von Angeboten mit Non-Commodity-Elementen (Schutzbriefe, Energieberatung, Photovoltaik etc.)

Preis basierend auf individuellem Angebot

Vertriebskanalstudie Energie und EDL-Kompass 2025

► Strategie-Insights zum Jahresende - Jetzt Mehrwerte sichern!



Bestelleingang bis zum	Rabatt Einzelstudie	Vertriebskanalstudie Energie PK 2025	EDL-Kompass PK 2025	Kombiangebot Vertriebskanalstudie + EDL-Kompass
01.12.2025	800 €	4.690 € zzgl. Ust.	4.690 € zzgl. Ust.	8.990 € zzgl. Ust.
15.12.2025	500 €	4.990 € zzgl. Ust.	4.990 € zzgl. Ust.	9.450 € zzgl. Ust.
31.12.2025	300 €	5.190 € zzgl. Ust.	5.190 € zzgl. Ust.	9.990 € zzgl. Ust.

Zusätzlich zum oben gewählten Rabatt, haben Sie die Möglichkeit zu jeder Bestellung eines dieser vier Mehrwert-Angebote inkludiert zu erhalten:

- › 2-stündige Webpräsentation zu Inhalten der bezogenen Studie
- › 1 Stunde Deep Dive in Ihr Wunschthema mit Inhalten der bezogenen Studie
- › PowerPoint-Kurzpräsentation zu wesentlichen Learnings aus der Studie inkl. Handlungsempfehlungen
- › Auszug aus der aktuellen Trendmonitor-Studie von NORDLIGHT research:
„Googeln war gestern (?): Wie KI die Online-Suche der Verbraucher verändert“

Vertriebskanalstudie Energie und EDL-Kompass 2025

► Strategie-Insights zum Jahresende - Jetzt Mehrwerte sichern!



Bestellung an **Kreutzer Consulting GmbH** | Lindwurmstraße 109 | 80337 München
Fax +49 89 1890 464 10 | info@kreutzer-consulting.com

Hiermit bestelle ich ...

«Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025»
Preis: je nach Bestellzeitpunkt (siehe Tabelle vorherige Seite)

«EDL-Kompass Privatkunden 2025»
Preis: je nach Bestellzeitpunkt (siehe Tabelle vorherige Seite)

Kombiangebot: «EDL-Kompass Privatkunden 2025» und «Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2025»
Preis: je nach Bestellzeitpunkt (siehe Tabelle vorherige Seite)

Gewünschtes Mehrwert-Angebot

2h-Webpräsentation 1h Deep Dive Inkludiert bei Bestellung einer oder beider Studien.
 PPT-Kurzpräsentation Auszug KI-Studie Bitte maximal eines auswählen.

Ich interessiere mich für weitere Leistungen wie z.B. **Workshop, Custom-Marktforschung, Individuelle Analyse & Beratung, Online-Dashboard** oder **englischsprachige Zusammenfassung**.
Bitte lassen Sie mir weitere Informationen zukommen.

Ort, Datum, Unterschrift

Empfänger und Rechnungsadresse

Frau Herr Divers

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. Die Lieferung der Ergebnisse erfolgt als PDF-Datei (Foliensatz) und xlsx-Dokument (Tabellenband) direkt nach Fertigstellung der jeweiligen Studie.

Über Kreuzer Consulting und NORDLIGHT research



Kreuzer Consulting

- › Kreuzer 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