



# Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2019

Wechselverhalten und Kundenloyalität transparent gemacht

Angebot & Studiendesign



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

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



**Die *Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2019* ermöglicht detaillierte Einblicke in das Entscheidungsverhalten von Haushalten, die den Strom- oder Gasversorger gewechselt haben.**



- › Vertiefende Analysen der **Bleibeabsicht trotz erlebter Preiserhöhungen** (Motivanalyse)
- › Von Kunden gewünschte und ggf. nachweislich wirksame **Kundenbindungsmaßnahmen**
- › Analysen der **Cross Selling-Aktivitäten** und deren Erfolge
- › **Elektromobilitätsleistungen**
- › **Smart Home**



- › Bereitschaft, **Elektrizität von Automobilherstellern** zu beziehen (in Kombination mit E-Mobility)
- › Analysen des Interesses an **Möglichkeiten zur Verbrauchsvisualisierung**
- › **Zeitlinie** der wichtigen Marktereignisse und der damit einhergehenden Wechselimpulse, Wechselmotive und gewählten Anbietergruppen.

► **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**

### 1. Identifikation der Wechsler

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

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

### 2. Hauptbefragung von rund 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?

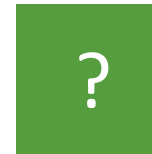
### Bewertung Wechselkanal

- › 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?

## ► 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 **E-Mobility, Smart Home, Cross-Selling-Angeboten, Bleibeabsicht trotz Preiserhöhungen, Kundenbindungsmaßnahmen**

► 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 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, 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: E-Mobility, Smart Home, Cross-Selling-Angebote, Smart Metering, Prämien und Hardware-Bundling**

## ► 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



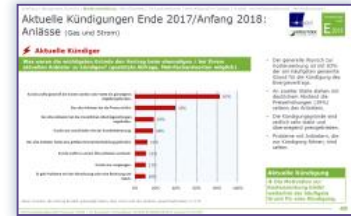
## Die Studie zeigt auf...

- 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 2019

## ► Impressionen aus früheren Vertriebskanalstudien



### Management Summary (1)

Wichtigste Erkenntnisse

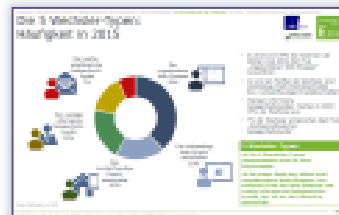
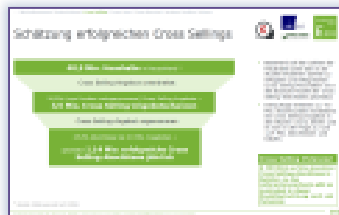
Kategorie	Ergebnis
Vertriebskanäle	...
...	...



### Ziel - Anstoß zum Wechsel (1/2)

Wichtigste Anlässe

Anlass	2017	2018
Preis	...	...
...	...	...



Vertriebskanal	...	...	...
...	...	...	...
...	...	...	...

180+ Seiten  
prägnante Ergebnisse  
inkl. Tabellenband  
mit zusätzlichen  
Gruppenanalysen

## ► Bestellinformationen



### Erhebungszeitraum und Liefertermin

Die Befragung zur *Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2019* findet im Zeitraum Februar bis April 2019 statt. Die Auslieferung der Studie erfolgt voraussichtlich ab Juni 2019.

### 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 180 Seiten).
- › Tabellenband im Microsoft-Excel-Format zur weiteren Detailanalyse.

Die Kosten für die *Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2019* 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 2019* 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 15.03.2019 eingeht. Darüber hinaus ist das Frühbucheangebot an die Vorauszahlung des Studienpreises 30 Tage nach Rechnungseingang gebunden.

# Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2019

## ► Bestellung



Bestellung via Fax, E-Mail oder postalisch an →

**KREUTZER Consulting GmbH**  
Lindwurmstraße 109  
80337 München  
F+49 89 1890 464010  
info@kreutzer-consulting.com

Hiermit bestelle ich ein Exemplar der  
„Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2019“

- zum **Frühbucherpreis** von 4.480 Euro zzgl. Ust.  
(bis 15.03.2019 auf Rechnung bei Bestelleingang möglich \*)
- zum ermäßigten Preis von 4.230 Euro zzgl. Ust.  
als **Bezieher einer früheren Ausgabe der Vertriebskanalstudie**  
(bis 15.03.2019 möglich)
- zum **regulären Preis** von 4.980 Euro zzgl. Ust.  
(ab 16.03.2019)
- inkl. **englischsprachiger Zusammenfassung**  
zum Preis von 5.690 Euro zzgl. Ust.

---

**Ort, Datum, Unterschrift**

### 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 KREUTZER Consulting. Die Lieferung der Ergebnisse erfolgt als pdf-Datei (Präsentation) und xls-Dokument (Tabellenband) direkt nach Fertigstellung der Studie voraussichtlich im Juni 2019.

\* 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 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 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.



## 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](mailto:kk@kreutzer-consulting.com)  
web: [www.kreutzer-consulting.com](http://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](mailto:thomas.donath@nordlight-research.com)  
web: [www.nordlight-research.com](http://www.nordlight-research.com)