



# Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2024

Wechselverhalten und Kundenloyalität transparent gemacht

## Angebot & Studiendesign

# Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2024

## ► 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. 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 2024» ermöglicht detaillierte Einblicke in das Entscheidungsverhalten von Haushalten, die den Strom- oder Gasversorger gewechselt haben oder sich entscheiden zu bleiben.

# Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2024

## ► 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 2024

## ► 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 2024

## ► Neue und fortgeführte Sonderthemen in 2024



### 1. Cross Selling-Aktivitäten und -Erfolge

Analysierte Angebote (Auszug): Energieberatungen, Smart Home, Balkonkraftwerk, E-Mobility, Telekommunikation

### 2. Digitale Kundenkommunikation

Relevanz digitaler Services und Prozesse für die Anbieterwahl (Tracking)

### 3. Nachhaltigkeitsimage des eigenen Anbieters

Relevanz und Bewertung (Tracking)



### 4. Smart Metering & Verbrauchstransparenz

Angebote, Einbau, Verbrauchsvisualisierung und flexible Tarife

### 5. E-Mobility

Interesse an Antriebsarten inkl. E-Autos und Wallbox (Tracking); Lademöglichkeiten

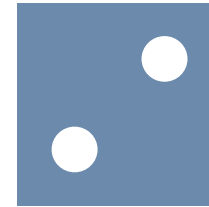
### 6. Versorgungssicherheit

Vertrauen in die Versorgungssicherheit und Verbrauchsverhalten



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

Sie beobachtet zudem aktuelle relevante Trends im Markt!



ca. 6.500 Interviews  
mit Strom- und Gaskunden

davon  
ca. 1.500 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 ca. 6.500 Interviews
- › Erhebung von Kundenbindung und Wechselabsichten, Zufriedenheit, Bleibegründe (Bestandskunden), abgeschlossene Tarife und Vertiefungsthemen wie Energiepreiskrise oder Cross-Selling
- › Identifikation von rund 1.500 Haushalten, die ihren Strom- oder Gasversorger innerhalb der letzten zwei Jahre gewechselt haben.

## 2. Zusätzliche Fragen an 1.500 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 2024

## ► 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“**

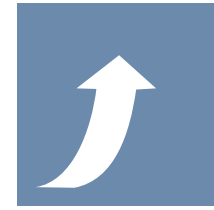
► Die insgesamt 6.500 Interviews (telefonisch und online) vermitteln wichtige Erkenntnisse und verlässliche Informationen zur Marktstruktur und dienen auch der Identifikation von Haushalten, die ihren Strom- oder Gasversorger gewechselt haben, um den Wechsel vertiefend zu analysieren.

► 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 2024

## ► 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 2024

## ► Impressionen aus früheren Vertriebskanalstudien



**250+ Seiten prägnante Ergebnisse  
inkl. Tabellenband mit zusätzlichen  
Gruppenanalysen**

### Systematische Analyse des Energievertriebs

Wie wird die Energievertriebsleistung (Vertriebsleistung) erreicht?

In einer Filiale	Per Brief, Fax oder Telefon
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online Werbung</li> <li>• Werbefläche (Poster, Rollup, etc.)</li> <li>• Verkaufspersonal</li> <li>• Kundenberater</li> <li>• Außendienst (Hausbesuche, etc.)</li> <li>• In-Store-Marketing</li> <li>• Auf Themenersteller, z.B. via Chikanerger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kundenberater des Messagers</li> <li>• Im Austausch mit dem Kundenberater</li> <li>• Über Call Center eines Vertriebspartners (Kaufhaus am Beispiel)</li> <li>• per Mail</li> <li>• Über Werbestellungen mit Auftragformularen</li> <li>• etc.</li> </ul>

Systematische Analyse des Energievertriebs

### Management Summary (3)

Wofür ist das Geschäft für Energieanbieter und ihren angeschlossenen Tarifnehmern gewinnlos und wie haben sie sich hierzu informiert? (qualitative Aussage, keine Kostenrechnung)

Wie genau haben Sie Werbung von Energieanbietern genutzt? (Beispiel: Welche Kanäle sind in der Vergangenheit am häufigsten genutzt worden? Welche Kanäle sind am häufigsten genutzt worden?)

Management Summary: Studien-Highlights

### Einleitung Marktentwicklung

Energienähe Dienstleistungen und Bündelprodukte

Plattformen und Online-Marktplätze

Befragungsergebnisse plus Deskresearch und Markteinschätzungen

### Wechselanlässe: Modell der Wechselanlässe und -motivationen

Modelle der Abfolge der Wechselanlässe und Wechselmotivationen

Der gesamte Entscheidungsprozess wird analysiert

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

Strom und Gas werden untersucht.

### Schätzung aktueller Anbieterverteilung im Strommarkt

Analysen nach Anbietergruppen

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

Wechselmotiv-Typen, um Kunden zu verstehen

### Zeit → Anstoß zum Wechsel (1/3)

Zeitreihen seit 2015

### Strombörsen-Produkte für Privatkunden: Produkt neutral vorgestellt

Mit Sondertemen am Puls der Zeit

### Vermittler

Vermittler im Blick

### Excel-Tabellenband zur Studie

plus Excel-Tabellenband mit allen Fragen und allen Splits

# Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2024

## ► 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 voraussichtlich über 250 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 2024» betragen 5.490,- Euro zzgl. Ust

### Erhebungszeitraum und Liefertermin

Die Befragung (CATI und Online-Panel) findet im Zeitraum April bis Juni 2024 statt. Die Auslieferung der Studie erfolgt voraussichtlich im Juli 2024.

### 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*

## ► 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 Sie auch Ihre Kollegen 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*

# Vertriebskanal- und Bündelprodukt-Studie Energie PK 2024



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

## Hiermit bestelle ich ...

### «Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2024»

regulärer Preis: 5.490 Euro

 inkl. optionaler Web-Kurz-Präsentation (1h)

Erscheinungstermin voraussichtlich Juli 2024, Preise zzgl. Ust.

### «Bündelproduktstudie Energie Privatkunden 2024»

regulärer Preis: 3.490 Euro

 inkl. optionaler Web-Kurz-Präsentation (1h)

Erscheinungstermin voraussichtlich April 2024, Preise zzgl. Ust.

### Kombiangebot: «Bündelproduktstudie Energie Privatkunden 2024» und «Vertriebskanalstudie Energie 2024»

regulärer Preis: 8.590 Euro

Preise zzgl. Ust.

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

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 (Präsentation) und xls-Dokument (Tabellenband) direkt nach Fertigstellung der jeweiligen Studie.

\* Die Frühbucherpreise sind gültig für Bestellung, die bis zum Stichtag eingehen, und sind an die Vorauszahlung des Studienpreises 30 Tage nach Rechnungseingang gebunden. 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



## Kreutzer 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 zu 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](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)