

Die Verbraucherbefragung für lokale und regionale Energieversorger

Kennen Sie die wichtigsten Treiber für Kundenzufriedenheit und Loyalität? Wissen Sie, wie zufrieden und loyal Ihre Kunden tatsächlich sind und welche Stärken und Schwächen Ihr Unternehmen aus Verbrauchersicht hat?

Erprobt und zuverlässig! Wir bieten unseren Kunden schon seit 20 Jahren eine zuverlässige, aktuelle und repräsentative Datenbasis für Ihre unternehmerischen Entscheidungen.

Regelmäßige Wiederholungen erlauben das frühzeitige Erkennen von Marktentwicklungen und die Messung des Erfolgs der Marktbearbeitung.

Bei **Einbeziehung der Mitarbeiter** lässt sich eine Eigenbild/Fremdbild-Analyse erstellen, die zusätzlich notwendige Korrekturen in der eigenen Sichtweise aufzeigt.

Profitieren auch Sie von unserer langjährigen Erfahrung und Expertise im Bereich Energiemarktforschung aus inzwischen über 100 Energiemarkt-Studien.

Und so sehen es die Kunden: Fast 90 % der von uns befragten Verbraucher beurteilen die Umfrage Ihres Energieanbieters abschließend positiv oder sogar sehr positiv!



Studiensteckbrief

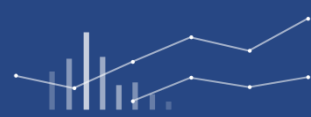
- Studientyp** Telefonische Verbraucherbefragung in Privathaushalten, computergestützte Telefoninterviews (CATI), repräsentative Zufallsauswahl, Stichprobengrößen nach Vereinbarung. Optional kombinierbar mit einer Mitarbeiterbefragung (schriftlich/online).
- Zielgruppe** Privatverbraucher (Strom- und/oder Erdgaskunden) im Versorgungsgebiet, Energieentscheider im Haushalt.
- Zeitraumen** Zeitbedarf für das gesamte Projekt: ca. 6 Wochen. Den Erhebungszeitraum bestimmen Sie.



Maßgeschneiderte Angebote durch modularen Aufbau

Sie haben die Wahl zwischen verschiedenen, frei kombinierbaren Studienmodulen.

- Das **Basis-Modul** deckt die wesentlichen Aspekte bzgl. Image, Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität ab.
- Die **optionalen Zusatzmodule** (Kundenzufriedenheit, Kontaktpunkte, psychologische Belohnungswerte) ermöglichen zusätzliche Insights und erlauben differenziertere Analysen.
- Darüber hinaus können selbstverständlich **maßgeschneiderte Individualfragen** zu aktuellen Themen oder unternehmensspezifischen Fragestellung berücksichtigt werden.
- Unsere Alternative für kleine Budgets: **Kurzbefragung** zur Ermittlung der zentralen Indikatoren von Image, Kundenzufriedenheit und Loyalität.



Inklusiv-Leistungen

- ✓ Individuelle Beratung
- ✓ Fragebogenerstellung
- ✓ Repräsentative Zufallsauswahl der zu befragenden Haushalte
- ✓ Durchführung der Interviews durch erfahrene, speziell geschulte Interviewer/innen
- ✓ Ergebnisbericht einschl. Management Summary
- ✓ Anonymisierte Vergleichsergebnisse anderer Energiemarktstudien
- ✓ Kostenloser Service: Gerne erarbeiten wir auch einen Vergleich mit Ergebnissen aus früheren Befragungen, die Sie ggf. mit anderen Anbietern oder in Eigenregie durchgeführt haben.



Unser Angebot: Verbraucherbefragung 'Basis' mit 200 Interviews schon ab 4.500 €!

Wir unterbreiten Ihnen jederzeit gerne ein maßgeschneidertes Angebot passend zu Ihren individuellen Anforderungen. Anruf oder Email genügt!

Preisbeispiele Verbraucherbefragung

Stichprobengrößen flexibel nach Vereinbarung.

Bsp. Stichprobe 200 Interviews

Bsp. Stichprobe 300 Interviews

Größere Stichproben

Kurzbefragung zu den wichtigsten Aspekten von Image, Kundenzufriedenheit und Loyalität

Beispielkalkulation für Stromversorger/Querverbundunternehmen; Preise für reine Erdgasversorgungsunternehmen oder Zusatzanforderungen mit erhöhtem Screeningaufwand können abweichen. Alle Preise netto zzgl. gesetzl. Mehrwertsteuer.

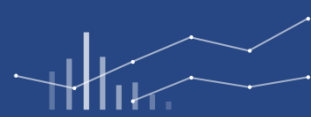
	Modul BASIS	Zusatzmodule
Bsp. Stichprobe 200 Interviews	4.500 €	400 €
Bsp. Stichprobe 300 Interviews	6.000 €	500 €
Größere Stichproben	Auf Anfrage	Auf Anfrage
Schon ab etwa 3.000 €		

Komplettangebote für Eigenbildbefragung und Puls-Check-Kundenorientierung schon ab 799 €!

Die Kosten hierfür variieren in Abhängigkeit von der gewählten Methode, dem Fragebogensumfang und der Mitarbeiterzahl. Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot.



Optionale Serviceleistungen wie z.B. die Berücksichtigung weiterer individueller Zusatzfragen oder spezieller Zielgruppen, weiterführende Analysen, Ergebnispräsentation vor Ort usw. berechnen wir **fair nach Aufwand und individueller Vereinbarung.**



Studien-Module: Inhalte im Überblick

Verbraucherbefragung: **Modul Basis** (Interviewdauer etwa 10 Minuten)

- Energieträgerverwendung & aktueller Anbieter (Strom & Gas)
- Imageprofil einschl. Preisimage
- Kundenzufriedenheit (Gesamtzufriedenheit + 4 Dimensionen)
- Kundenbindung/Loyalität einschl. Wechselverhalten/-affinität
- Nutzung von Informationsquellen
- Statistikfragen/Demografie



Verbraucherbefragung: **OPTIONALE ZUSATZMODULE** (Interviewdauer je Modul etwa 2-3 Minuten)



MODUL KONTAKTPUNKTE: Kontaktart, -anlass & Servicezufriedenheit

Modul 'KUZU PRO': Differenzierte Abfrage der Kundenzufriedenheit zu etwa 20 relevanten Prozessen & Dienstleistungen wie z.B. Information, Produktangebot, Erreichbarkeit, Rechnung usw.

MODUL 'INDIVIDUAL': Berücksichtigung individueller Zusatzfragen einschl. Beratung/Unterstützung bei der Formulierung

MODUL 'BELOHNUNGSWERTE': Individuelles Profil Ihres Unternehmens auf Basis von 16 "Belohnungswerten" einschl. Benchmarks und Unterstützung bei der Interpretation.

Alternative für kleine Budgets: Kurzbefragung zu den zentralen Aspekten von Image, Kundenzufriedenheit und Loyalität.

Eigenbildbefragung - Kurzbefragung unter Mitarbeiter(innen)



- Kurze '**Prognosebefragung**', in der die Mitarbeiter(innen) einen Teil der Verbraucherfragen beantworten, Durchführung **schriftlich und/oder online**.
- Zielsetzung: Identifikation von Abweichungen zwischen Selbst- und Fremdbild und **Ableitung von Feldern mit besonderen Handlungs- oder Kommunikationsbedarf**. Die frühzeitige Einbeziehung der Mitarbeiter(innen) steigert darüber hinaus Interesse, Akzeptanz und Motivation bei der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen!
- Der zusätzliche **Puls-Check-Kundenorientierung** kann darüber hinaus schon erste Ansatzpunkte zur Optimierung unternehmensinterner Prozesse liefern. Hier können die Mitarbeiter Ihre Einschätzung zu 8-10 Statements zur Kundenorientierung im Unternehmen (Leitbild, Organisation, Prozesse) abgeben.



Hintergrundinformationen



ProjektAbstimmung: Die ProjektAbstimmung erfolgt normalerweise telefonisch bzw. per Email. Wir veranschlagen dafür üblicherweise etwa 1-2 Wochen. Auf Basis des gewählten Moduls erhalten Sie den passenden Fragenkatalog zur Freigabe. Sofern individuelle Fragestellungen (Zusatzfragen) berücksichtigt werden sollen, unterstützen wir Sie gerne bei Auswahl und Formulierung der Fragen. Darüber hinaus benötigen wir von Ihnen lediglich die Freigabe des gemeinsam abgestimmten Fragebogens, den gewünschten Zeitrahmen der Befragung und die Abgrenzung des Befragungsgebietes, z.B. per Gemeindekennziffer.

Fragebogen: Die Musterfragebögen sind in je 2 Varianten verfügbar. Der Fragebogen für typische Querverbundunternehmen hebt überwiegend ab auf den 'Stromanbieter'. Die alternative Variante für reine Gasversorgungsunternehmen bzw. Stadtwerke ohne Stromangebot auf den 'Erdgasanbieter'. Bei Einhaltung eines vertretbaren Zeitrahmens kann der Musterfragebogen durch individuelle Zusatzfragen ergänzt werden. Eine Änderung von Standardfragen ist nur in Ausnahmefällen möglich.

Zeitplanung: Für die Feldphase veranschlagen wir je nach Stichprobengröße und Spezialanforderungen etwa 2-4 Wochen, für die Auswertung der Ergebnisse und die Berichtslegung etwa 1-2 Wochen. D.h. Ihre individuellen Ergebnisse könnten schon etwa 4-6 Wochen nach Beauftragung vorliegen.

Auswertung und Berichtslegung: Sie erhalten einen Chartbericht (ppt- und/oder pdf), der die Auswertung aller Fragen einschl. Management Summary beinhaltet. Zusätzlich erhalten Sie einen Benchmark-Bericht mit aggregierten Durchschnittsergebnisse anderer Unternehmen aus den letzten Jahren sowie anonymisierter Ergebnisse von Top- und Low-Performern.

Garantierte Anonymität der Ergebnisse: Ihre Ergebnisse bekommen selbstverständlich nur Sie zu sehen. Die allen Studienteilnehmern zugänglichen Benchmark-Ergebnisse sind vollständig anonymisiert. Ausgegeben werden Durchschnittsergebnisse aller teilnehmenden Unternehmen oder anonymisierte Beispiele z.B. für Top- oder Low-Performer ohne Angabe des Unternehmensnamens.

Datenerhebung: Die Befragung erfolgt telefonisch anhand unseres seit Jahren bewährten und fortwährend optimierten Fragebogens. Dabei kommen ausschließlich erfahrene, speziell geschulte Interviewer(innen) zum Einsatz, die Ihren (potenziellen) Kunden gegenüber mit besonderer Freundlichkeit und Zurückhaltung auftreten. Denn aufgrund unserer langjährigen Erfahrung wissen wir um die besondere Sensibilität in diesem Bereich, ganz besonders in kleineren und mittleren Gemeinden. Zu Kontrollzwecken werden selbstverständlich alle Telefonate dokumentiert so dass eine völlige Transparenz der Feldarbeit gewährleistet ist. Telefonzeit ist werktags von 16:00 Uhr bis 20:30 Uhr und samstags von 14:00 Uhr bis 18:00 Uhr.

Stichprobenziehung & Repräsentativität der Ergebnisse: Um auch die ständig zunehmende Zahl an Haushalten zu erreichen, die nicht in Telefonverzeichnissen zu finden sind, nutzen wir das Stichprobensystem für Telefonbefragungen des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM). Dieses basiert auf den Nummernräumen, die die Bundesnetzagentur den Telefonanbietern zur Verfügung stellt und die prinzipiell alle in der Bundesrepublik Deutschland nutzbaren Telefonnummern umfassen. Durch zufällige Variation aller theoretisch möglichen Nummernkombinationen werden auch Haushalte erreicht, die nicht in den Telefonbüchern verzeichnet sind.

Datenschutz: Wir arbeiten selbstverständlich nach den strengen Vorschriften und Richtlinien des Bundesdatenschutzgesetzes. Als Mitglied im Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) sind wir außerdem den standesrechtlichen Vorgaben zum Umgang mit Daten in der Markt- und Sozialforschung, die gemeinsam vom BVM und dem Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM) herausgegeben wurden, verpflichtet.

Rechtliche Situation: Nach gängiger Rechtspraxis genießen Marktforschungsumfragen rechtliche Privilegien für die Verwendung von Adressdaten, die Kontaktaufnahme und die Datenerhebung z.B. im Rahmen einer Telefonbefragung. In den Ausnahmefällen, in denen Gerichte in den letzten Jahren anders entschieden und telefonische Umfragen als Werbung oder unzumutbaren Belästigung eingeordnet haben, handelte es sich typischerweise um klassische Kundenbefragungen (insbesondere Nachkontaktbefragungen). Verbraucher- oder Marktbefragungen wie der Energiemarkt-Monitor sind davon bisher nicht betroffen. Wir empfehlen daher in Ankündigungen der Aktion z.B. per Pressemeldung oder in der Kundenzeitschrift die Verwendung des Begriffs "Verbraucherbefragung" anstelle von "Kundenbefragung".