

# Serviceprofil: Stromversorger 2018

# 2,20



Branchenwert Globalzufriedenheit 2018

## Top-Anbieter bei der Globalzufriedenheit punkten im Wettbewerbsvergleich

Bereits zum zehnten Mal in Folge sichert sich der Ökostromanbieter LichtBlick mit einem Globalzufriedenheits-Mittelwert von 1,75 und einem deutlichen Vorsprung vor den übrigen Stromversorgern den Spitzenplatz im Anbietervergleich. Auf den weiteren Spitzenplätzen folgen die Regionalversorger Stadtwerke München (2,06) und Mainova (2,08).

Die Top-Anbieter bei der Globalzufriedenheit punkten vor allem im Wettbewerbsvergleich. So sprechen LichtBlick-Kunden ihrem Versorger bei den Aspekten Produktangebot, Service, Konditionen und Umweltorientierung überdurchschnittlich häufig zu, „weitaus besser“ oder „ein wenig besser“ als der Wettbewerb zu sein. Insbesondere die

### Branchensteckbrief

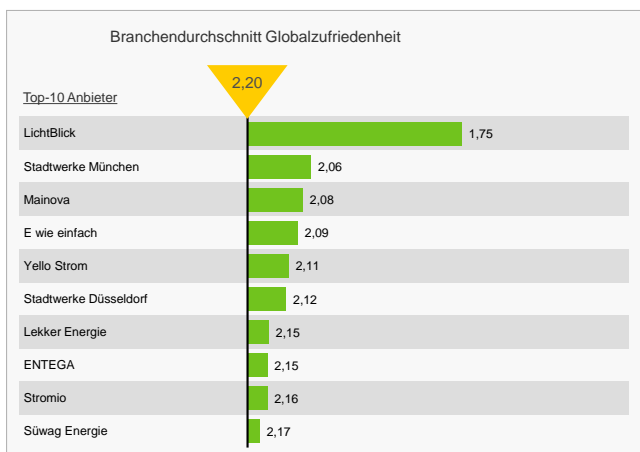
Geführte Interviews: 4.570

Erhebungsmethode:  
Online-Interviews (CAWI)  
nach soziodemografischen Kriterien  
quotiert (Bevölkerung ab 16 Jahren)

Erhebungszeitraum:  
Januar/Februar, April, Juli 2018

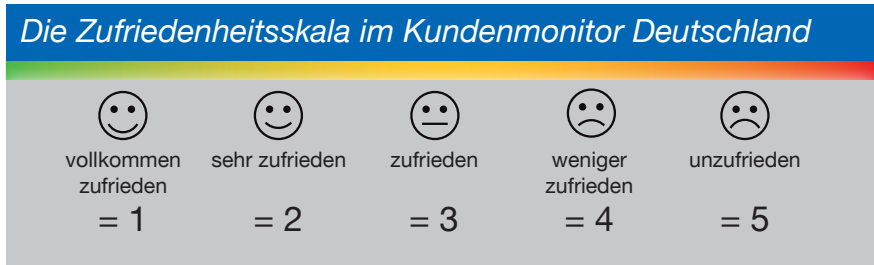
### LichtBlick führt zum zehnten Mal in Folge den Anbietervergleich an

### Stromversorger mit den höchsten Zufriedenheitswerten punkten im Wettbewerbsgleich



Erkannte Vorteile bei ...	Branchen-durchschnitt	Spitzenplätze Globalzufriedenheit		
		LichtBlick	SWM	Mainova
Produktangebot	33 %	54 %	42 %	43 %
Service	40 %	54 %	53 %	43 %
Konditionen	43 %	56 %	48 %	58 %
Umweltorientierung	36 %	81 %	57 %	36 %
Werbung	25 %	33 %	34 %	29 %

Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.

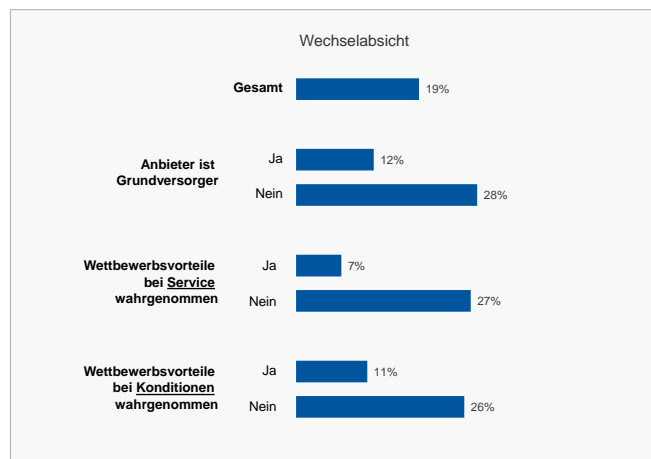


Umweltorientierung wird bei Lichtblick geschätzt. 81 Prozent erkennen hier Vorteile gegenüber anderen Anbietern. Während die Kunden der Stadtwerke München ihren Versorger ebenfalls bei Service und Umweltorientierung vor dem Wettbewerb sehen, punktet Mainova vor allem mit den Konditionen.

Im Branchendurchschnitt geben 19 Prozent an, den Stromversorger in nächster Zeit wechseln zu wollen. Deutlich geringer ist diese Quote, wenn beim Anbieter Wettbewerbsvorteile wahrgenommen werden. Sprechen Kunden ihrem Anbieter Vorteile bei den Konditionen zu, liegt die Wechselabsicht bei 11 Prozent. Noch stärker wirkt der Serviceaspekt: Nur 7 Prozent denken an einen Anbieterwechsel, wenn der Service im Vergleich zum Wettbewerb besser bewertet wird. Auch die Tatsache, ob es sich beim Anbieter um den Grundversorger handelt, beeinflusst die Wechselmotivation. Bei Kunden des jeweiligen Grundversorgers ziehen 12 Prozent einen Wechsel in Betracht, wohingegen 28 Prozent wechselwillig sind, wenn der Anbieter nicht der Grundversorger ist.

Entschließen sich Kunden zu einem Anbieterwechsel, findet die Informationssuche hauptsächlich im Internet statt. Die mit großem Abstand am häufigsten genutzte Informationsquelle sind Test- oder Vergleichsportale. 68 Prozent derer, die in den letzten 12 Monaten den Anbieter gewechselt haben, haben sich so informiert. Dahinter folgt die Website des Anbieters mit 22 Prozent. Gut jeder Zehnte informiert sich im Freundes- und Bekanntenkreis.

## Geringere Wechselabsicht bei Grundversorgern und bei wahrgenommenen Wettbewerbsvorteilen



## Test- oder Vergleichsportale sind häufigste Informationsquelle bei Anbieterwechsel

