YouGovReports

Direktansprache im Stromvertrieb 2018

Abschlussbereitschaft auf Direktansprache-Kanälen bei privaten Stromverbrauchern

T +49 221-42061-0
E info@yougov.de
http://yougov.de/loesungen

YouGov

Entwicklung der Direktansprache im Stromvertrieb

- In Zeiten weitgehend stabiler Energiepreise **nimmt die aktive Wechseltätigkeit** eher ab. Umso sinnvoller kann es sein, diese ‚Ruhepause' für eigene Aktivitäten zu nutzen und potenzielle Kunden **aktiv anzusprechen** oder auch ehemalige Kunden **zurückzugewinnen**, sei es per **Post** oder **E-Mail**, an der **Haustür** oder auf der **Straße**, im **Supermarkt** oder via **Social Media**.
- Die Ergebnisse unserer Studienreihe (bisher 2013-2016) konnten zeigen, dass Abschlüsse nach Direktansprache im Strommarkt zwar noch immer **relativ selten** sind, aber auch, dass sich **überraschende Chancen** bieten, gerade **„Wechselmuffel"** zu **aktivieren**. Und auch **ehemalige Kunden** zeigen sich offen für eine Direktansprache.
- Wie man diesen **Spielraum** als bundesweiter Anbieter, regionaler Versorger oder als kleines Stadtwerk **am Besten nutzt**, zeigt unsere Studie „Direktansprache im Stromvertrieb 2018" nun bereits zum **5. Mal**. Dabei werden auch Bewegungen in den Kundeneinstellungen deutlich: Mit jeder weiteren Jahreswelle zeigen sich **längerfristige Entwicklungen** des Verbraucherverhaltens **immer besser** und helfen Ihnen, **Prognosen für die Zukunft** zu erstellen.
- Ein zubuchbarer **Regional-Boost** (z.B. in Ihrem Grundversorgungs- oder Hauptvertriebsgebiet) zeigt Ihnen zudem, wie die Verbraucher in **Ihrer Region** und wie speziell **Ihre Kunden** in punkto Direktansprache ticken.
- Die Studie bietet **praktische Entscheidungshilfe, welche Vertriebsinvestitionen sich jetzt wirklich lohnen** und welche derzeit (noch) keine Amortisationschancen bieten.

Welche Online- und Offline-Vertriebskanäle werden einbezogen?

Neue Vertriebskanäle:

- Telefonisch
- Durch einen Vertreter an der Haustür
- Im Handel (differenziert nach Auslage im Markt/ an Kasse, Ansprache durch Mitarbeiter des Geschäftes oder Mitarbeiter des Versorgers)
- An einem Informationsstand auf der Straße
- Per Post (differenziert nach Postwurf, persönlich adressiert, als Beilage einer Zeitung oder in der Post oder Lieferung eines anderen Unternehmens)
- Per E-Mail (differenziert nach Info-Mail, Stromversorger, Vergleichsportal oder Newsletter eines anderen Unternehmens, bei dem man Kunde ist)
- Per SMS
- Über ein soziales Netzwerk (differenziert nach Werbeanzeige, Statusmeldung/Posting des Versorgers, gesponserte Statusmeldung/Posting, persönliche Nachricht)
- Kunden-werben-Kunden-Programme

Vertriebskanäle zum Vergleich:

- Auf einer Vergleichsseite
- Auf der Homepage des Versorgers
- In einem Service-/Kundencenter des Versorgers

Überblick Studienthemen

Status Quo der aktiven Kundenansprache in Deutschland

Abschlussbereitschaft auf allen relevanten Vertriebskanälen

Akzeptanz von Kooperationspartnern und Kunden werben Kunden-Programmen

Detaillierte Fragestellungen der Studie

Status Quo der aktiven Kundenansprache in Deutschland

- Wie häufig sind Verbraucher innerhalb eines Jahres auf welchen Vertriebskanälen angesprochen worden?
- Von welchem Versorger (oder über welches Partnerunternehmen) wurde man dabei angesprochen?

Abschlussbereitschaft auf allen relevanten Vertriebskanälen

- Wie vertrauenswürdig sind verschiedene direkte Vertriebskanäle?
  - im Vergleich zu den üblichen Abschlüssen über eine Vergleichsseite oder die Homepage des Versorgers
  - auch im Vergleich zu Produkten aus anderen Dienstleistungsbranchen (Versicherungen, Geldanlage, Mobilfunkverträge)
- Wie groß ist die grundsätzliche Abschlussbereitschaft über diese Vertriebskanäle?
- Wie offen sind Kündiger regionaler und kommunaler Versorger und Stadtwerke für Winback-Versuche, Welche Kanäle und welchen Zeitpunkt sollte idealerweise dafür nutzen?

Akzeptanz von Kooperationspartnern und Kunden werben Kunden-Programmen

- Welche Partner aus energiefremden Branchen kommen für eine Kooperation in Frage?
- Wie viele Kunden haben selbst Neukunden für ihren Versorger angeworben? Wie hoch war die Prämie?
- Wie groß ist die Bereitschaft, neue Kunden zu werben? Welche Prämienhöhe und -art erwartet man?

Welche Gruppenvergleiche sind enthalten?

Soziodemografie

- Alter (5 Gruppen)
- Geschlecht
- Haushaltsnetto-Einkommen (4 Gruppen)
- Ortsgröße (4 Gruppen)

Psychografie:

- 6 Lebensphasen: Ausbildung & Berufseinstieg (bis 29 Jahre ohne Kinder), Singles & Paare (30-39 Jahre ohne Kinder), Familien (altersunabhängig mit mind. 1 Kind unter 18 im Haushalt), Etablierte (40-59 Jahre), Senioren (ab 60 Jahre)
- 6 Wechseltypen: Hopper, Zufriedene Wechsler, Absprungbereite, Bodenständige, Bequeme, Überforderte

Stromanbieter-Gruppen:

- 5 Gruppen: Kunden von Energiekonzernen (RWE, E.ON, EnBW, Vattenfall), regionalen Versorgern, kommunalen Stadtwerken, bundesweiten Direktversorgern & reinen Öko-Anbietern

Welche Kundengruppen sind für welche Ansprechformen besonders offen?

Erfahren Sie, ob sich die Investition in einen neuen Vertriebsweg grundsätzlich lohnt.

Untersuchungsdesign und Stichprobenbeschreibung

Grundgesamtheit	• Energieentscheider
Stichprobe	• Bevölkerungsrepräsentative Einladung aus dem YouGovPanel Deutschland, quotiert nach Alter, Geschlecht, Nielsen-Gebiete • n = mind. 1000
Erhebungsmethode	• Online-Befragung von ca. 15 Minuten Dauer
Erhebungszeitraum	• Mai 2018
Erscheinungsdatum	• Voraussichtlich Juli 2018
Untersuchungskonzept und -auswertung	• YouGov Deutschland GmbH, Köln

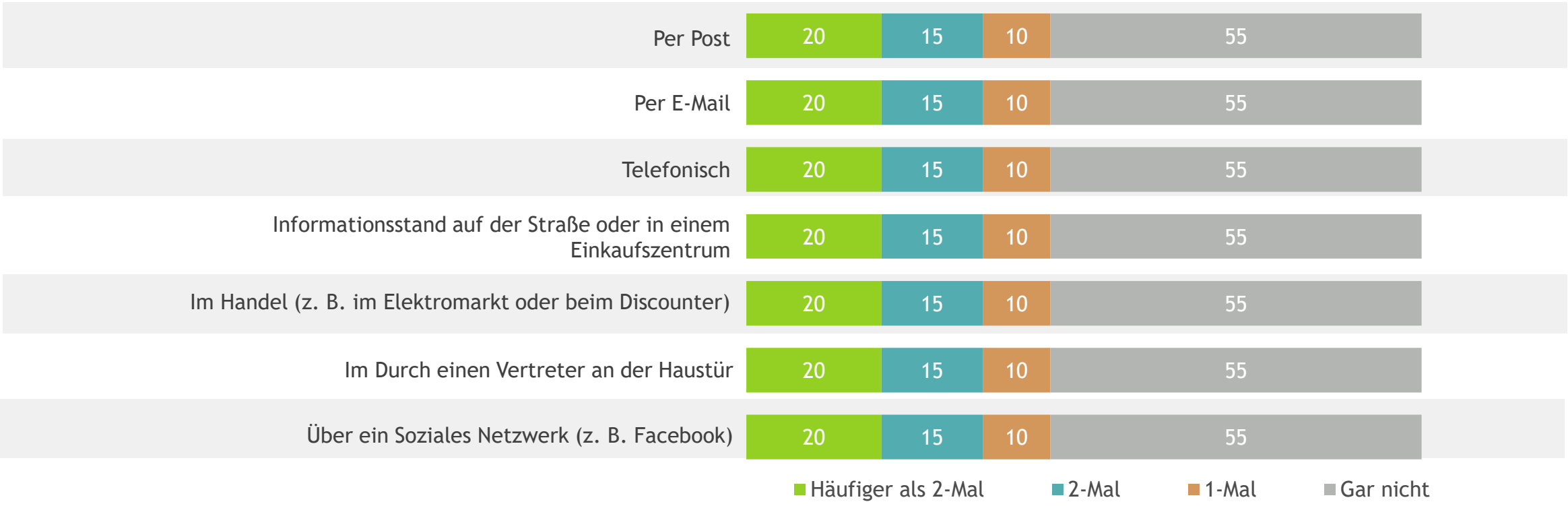
YouGov

Beispielchart I: Kontakthäufigkeit aller Kanäle

hypothetisches Beispiel

Übersicht

„Wie häufig wurden Sie im vergangenen Jahr von einem Stromanbieter auf die folgenden unterschiedlichen Arten angesprochen / kontaktiert?“



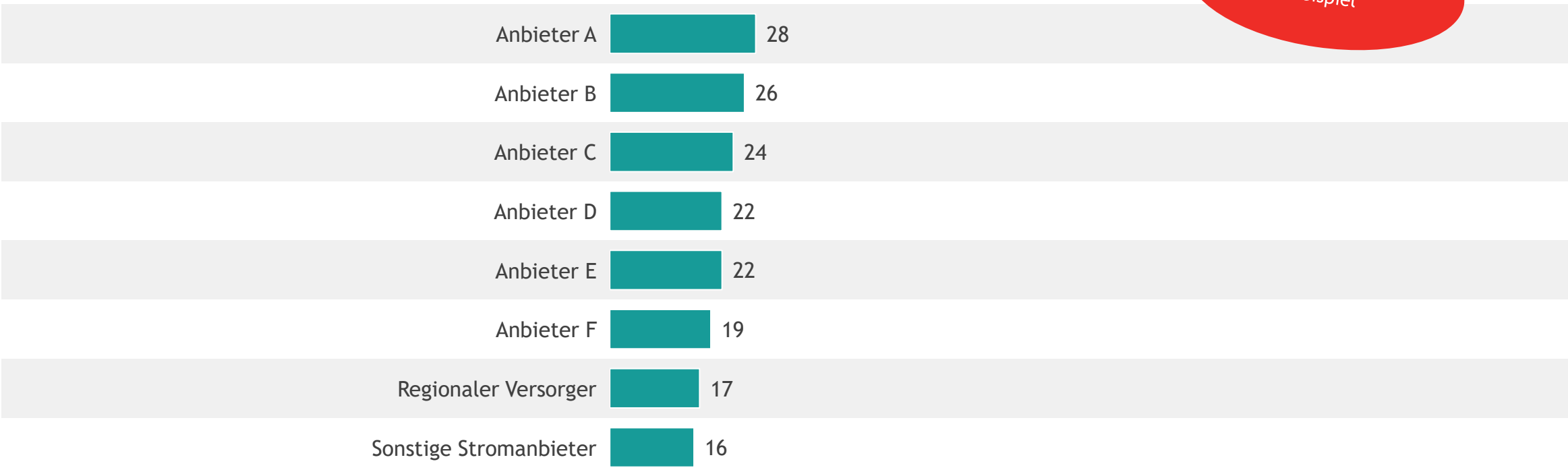
Basis: alle Befragten; n= …
Angaben in %

Beispielchart II: Stromanbieter, die Haustürgeschäft praktizieren

Ansprache an der Haustür – Stromanbieter

„Können Sie sich noch erinnern, von welchem Stromanbieter Sie an der Haustür angesprochen wurden?“

hypothetisches Beispiel



Basis: Befragte, die an der Haustür angesprochen wurden; offene Frage, Mehrfachantworten möglich;
Angaben in %;

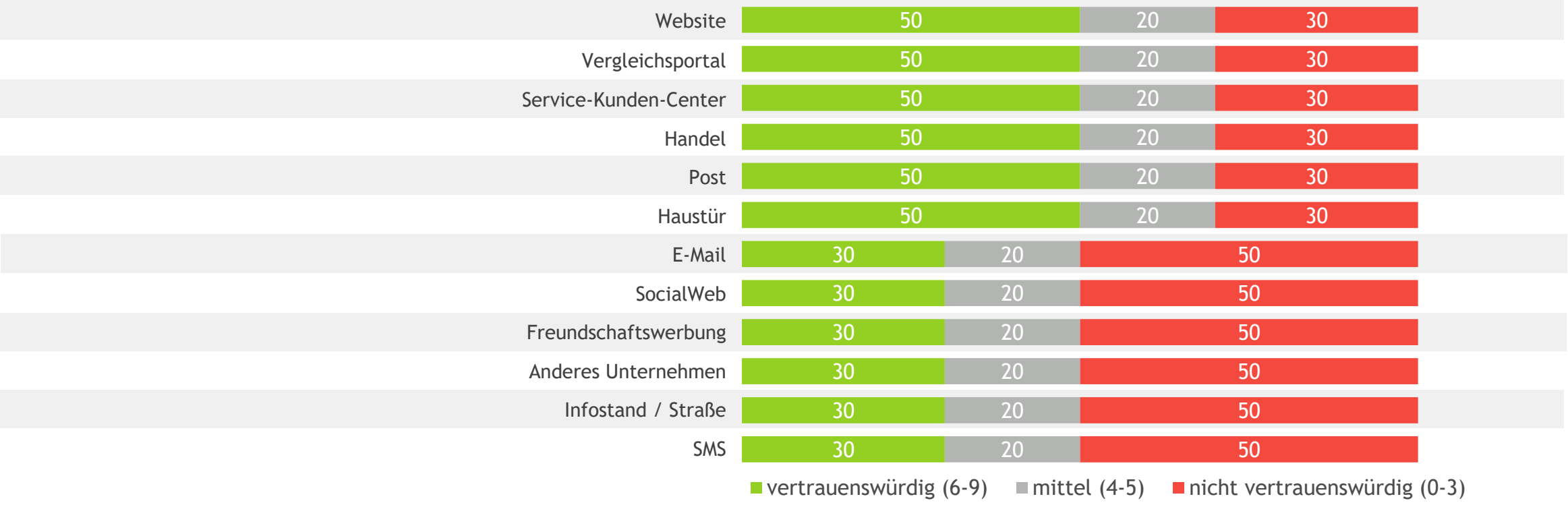
YouGov

Beispielchart III: Vertrauenswürdigkeit der Kanäle

hypothetisches Beispiel

Vertrauenswürdigkeit

*„Für wie vertrauenswürdig halten Sie die folgenden Möglichkeiten von einem **Stromanbieter** kontaktiert bzw. informiert zu werden?*



Basis: alle Befragten; n= …
Angaben in %; gestützte Abfrage

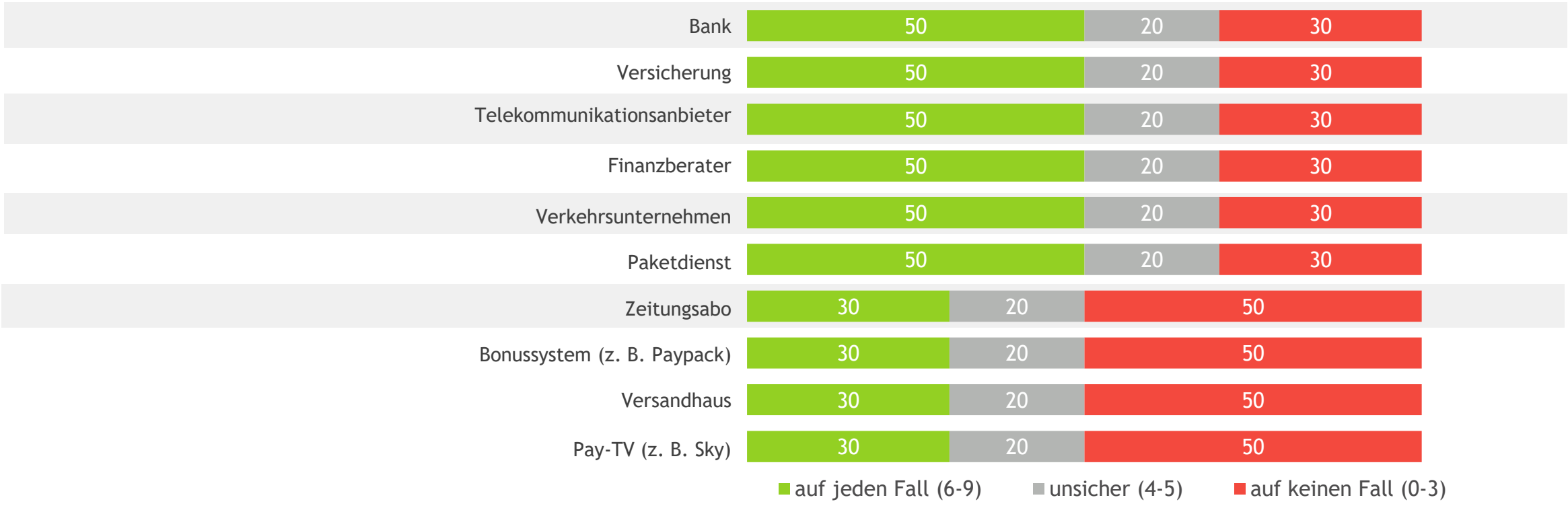
YouGov

Beispielchart IV: Mögliche Vertriebspartner...

hypothetisches Beispiel

… beim Stromvertrieb

„Sie haben vorhin gesagt, dass Sie (evtl.) auch einen Stromvertrag über ein anderes Unternehmen abschließen würden, bei dem Sie bereits Kunde sind. Bei Unternehmen aus welcher Branche könnten Sie sich das vorstellen?



Basis: alle Befragten, die über ein anderes Unternehmen einen Vertrag abschließen würden; n= …
Angaben in %; gestützte Abfrage

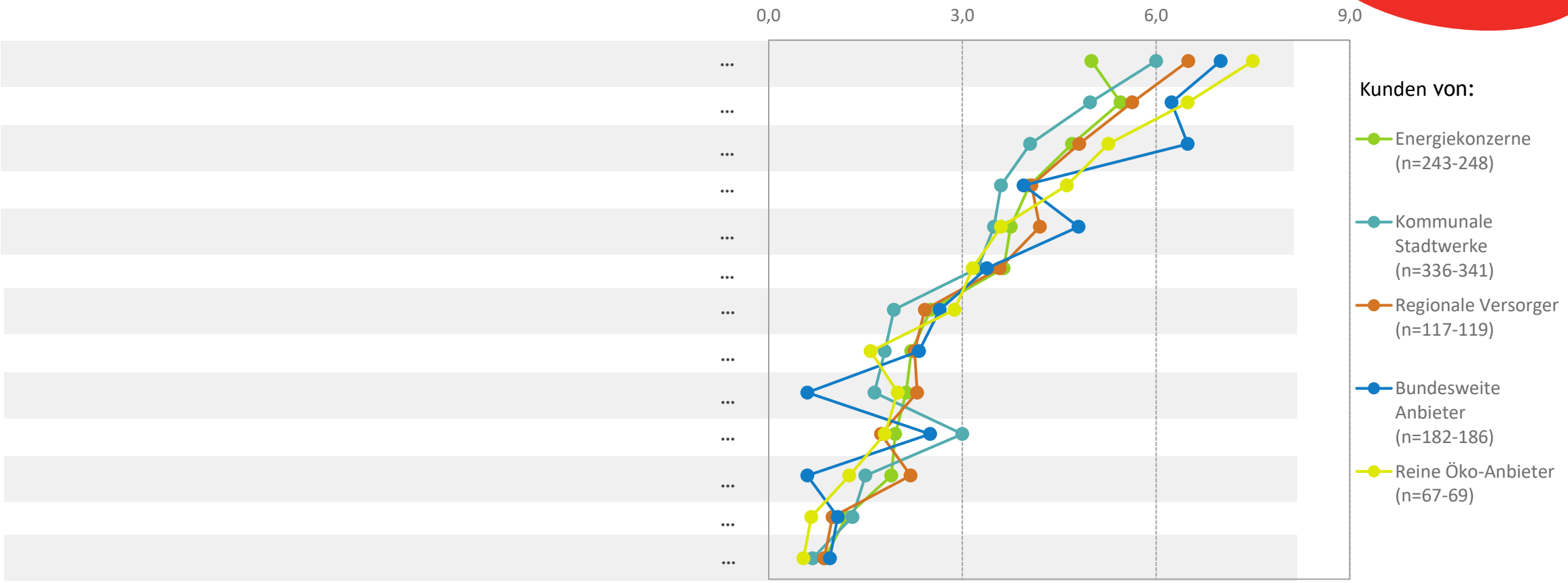
YouGov

Beispielchart V: Abschlussbereitschaft nach Versorgergruppe …

… über die Vertriebswege

„Würden Sie über folgende Möglichkeiten einen Vertrag mit einem Stromanbieter abschließen?“

hypothetisches Beispiel



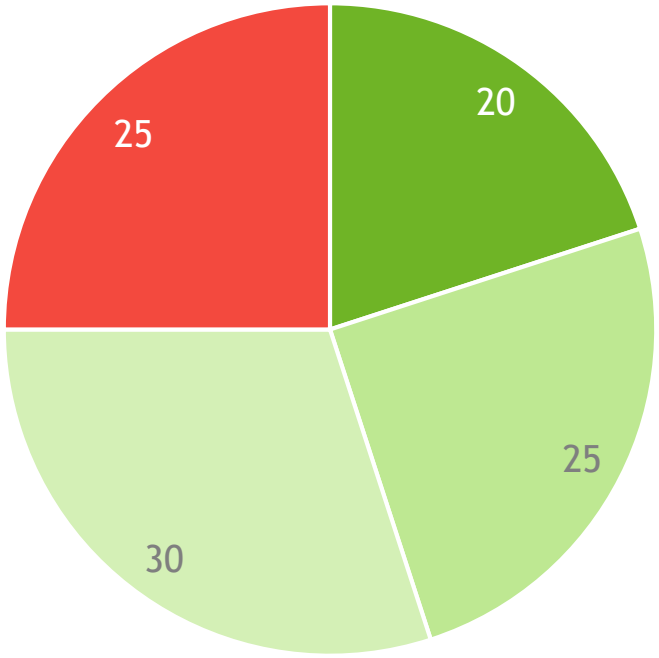
Basis: alle Befragten
Angaben in %; gestützte Abfrage

Beispielchart VI: Akzeptanz der Direktansprache…

hypothetisches Beispiel

… bei Kündigern von Grundversorgern

„Sie haben angegeben, dass sie derzeit nicht beim örtlichen Grundversorger Strom beziehen. Wie fänden Sie es, wenn dieser örtliche Grundversorger Sie direkt ansprechen würde, ob Sie wieder zu ihm zurückkommen würden?“



- ja, das würde ich mir sogar wünschen, dass die mich ansprechen
- ja, das ist in Ordnung - und käme für mich durchaus in Frage
- ja, das würde mich nicht stören - er hätte aber keine Chance
- nein, das fände ich völlig unangemessen

Basis: Befragte, die bei einem anderen Anbieter als dem örtlichen Grundversorger sind
Angaben in %;

YouGov

Ihre Vorteile

Die Studie „Direktansprache im Stromvertrieb 2018“ liefert differenzierte Informationen:

- über den **Anteil „neuer“ und „etablierter“ Vertriebswege am Gesamtabschlussvolumen**
- über die **Kontakthäufigkeit mit „neuen“ Vertriebswegen**
- über den **Marktanteil**, den **Energieversorger** an diesen Vertriebsformen haben: Wer ist wo aktiv?
- über die **Vertrauenswürdigkeit** und **Akzeptanz** dieser „neuen“ Vertriebsformen im Vergleich untereinander sowie zu den etablierten Internet-Abschlusskanälen und zu anderen Dienstleistungsprodukten
- über die **Bereitschaft zur Kundenwerbung** und der erwarteten Prämienhöhe
- über die **Trends im Verbraucherverhalten (Vergleichsreihe 2013 bis 2018)**

Die Studie „Direktansprache im Stromvertrieb 2018“ hilft Ihnen bei der Entscheidung,

- ob sich eine Investition in „neue“ Vertriebswege grundsätzlich lohnt
- welche Direktansprache-Kanäle dabei am vielversprechendsten sind
- welche Kundengruppen für welche Anspracheformen besonders offen sind

Möglichkeit individueller Boost-Stichproben

Erkenntnisse über den bundesdeutschen Markt sind wichtig! Noch hilfreicher sind aber Informationen, die man über seine spezifischen Zielgruppen erhält – vor allem, wenn man diese mit dem Gesamtmarkt vergleichen kann.

Wir bieten Ihnen deshalb zwei Boost-Möglichkeiten:

Regional-Boost für regionale und kommunale Versorger

- Erhebung einer Zusatzstichprobe im Grundversorgungs- oder Vertriebsgebiet (Standard: n=300, soweit dies im YouGov- Panel abgebildet werden kann)
- Differenzierungsoption I: Kerngebiet (z.B. Stadt) / Peripherie (z.B. Umland) / Neues Vertriebsgebiet (z.B. Nachbarstädte)
- Differenzierungsoption II: Kunden vs. Nicht-Kunden
- **Zusatzkosten:**
  - ab 1.490 EUR (nur Tabelle)
  - Vergleichs-Charts (zum bevölkerungsrepräsentativen Basisbericht): ab 2.900 EUR
  - zzgl. 475 EUR Aufpreis pro Differenzierungsmerkmal (z.B. Kundenstatus, Stadt vs. Umland)

Kunden-Boost für überregionale Versorger

- Erhebung einer Zusatzstichprobe mit qualifizierten E-Mail-Adressen aus dem Kundenbestand
- **Zusatzkosten:**
  - ab 950 EUR (nur Tabelle)
  - Vergleichs-Charts (zum bevölkerungsrepräsentativen Basisbericht): ab 2.900 EUR

Beide Boost-Möglichkeiten gelten nur in Verbindung mit dem Basisbericht. Genaue Preise erhalten Sie auf Anfrage!

YouGov

YOUGOV IN ZAHLEN

Mehr als
6 MILLIONEN
PANEL-MITGLIEDER WELTWEIT

Gegründet in 2000

36
YOUGOV STANDORTE WELTWEIT

900
MITARBEITER AUF DER GANZEN WELT

24 MILLIONEN
ABGESCHLOSSENE UMFRAGEN IM LETZTEN JAHR

>42000
PRESSENENNUNGEN IM LETZTEN JAHR

>2000
KUNDENBEZIEHUNGEN IM LETZTEN JAHR

38
YOUGOV - PANELS WELTWEIT

Eines der
Top 10
Marktforschungs-netzwerke weltweit

YouGov®

Ihr Kontakt bei YouGov

Bild: © Markus Bollen

Werner Grimmer
Team Manager Custom Research

T +49 221 42061 – 294
F +49 221 42061 - 100
Werner.Grimmer@yougov.de

Janine Löwen
Account Manager

T +49 221 42061 – 313
F +49 221 42061 - 100
Janine.Loewen@yougov.de

YouGov

Bestellformular

Bestellung eingescannt per E-Mail an info@yougov.de oder per FAX +49 221 420 61-100
an Werner Grimmer oder Janine Löwen

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

Listenpreis:

3.900 EUR

☐ Studie **„Direktansprache im Stromvertrieb 2018“**

☐ Ich interessiere mich für einen **Regional- oder Kunden-Boost**. Bitte kontaktieren Sie mich!

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die AGB und die Regelungen zu Mehrbezieherstudien.

☐ Sie erhalten noch eine offizielle Bestellung unseres Einkaufes

☐ Die Rechnung kann direkt an die oben angegebene Adresse ohne Angabe einer Bestellnummer gesendet werden

Name, Vorname: _____ **Telefon:** _____

Unternehmen: _____ **E-Mail:** _____

Funktion, Abteilung: _____ **Ort, Datum:** _____

Straße: _____ **Unterschrift:**

PLZ, Ort: _____ _____