



# Kundenurteil: Fairness von Gasversorgern 2014

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 30 Gasversorger



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	August / September 2014
<b>Stichprobe</b>	2.423 Kunden mit 2.599 Urteilen zu 30 Gasversorgern (Bewertung von bis zu 2 Gasversorgern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 30 Gasversorger</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I23energie</li> <li>• Badenova</li> <li>• DEW21</li> <li>• E WIE EINFACH</li> <li>• E.ON</li> <li>• EnBW</li> <li>• energcity</li> <li>• energieGUT</li> <li>• enso</li> <li>• Entega</li> <li>• eprimo</li> <li>• EWE</li> <li>• GASAG</li> <li>• goldgas</li> <li>• Grünwelt Energie</li> <li>• lekker Energie</li> <li>• LichtBlick</li> <li>• MAINGAU Energie</li> <li>• mainova</li> <li>• MITGAS (enviaM)</li> <li>• MVV Energie</li> <li>• N-ERGIE</li> <li>• RheinEnergie</li> <li>• RWE</li> <li>• Stadtwerke Duisburg</li> <li>• Stadtwerke Düsseldorf</li> <li>• Stadtwerke Leipzig</li> <li>• Stadtwerke München</li> <li>• Vattenfall</li> <li>• Yello Strom</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	315 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Image</li> </ul>
<b>Faire Produktleistung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz der Produkte und Leistungen</li> <li>• Angebotsauswahl</li> <li>• Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen</li> <li>• Flexibilität der vertraglichen Rahmenbedingungen</li> <li>• Problemloser Tarifwechsel</li> </ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichbarkeit</li> <li>• Schnelle und zuverlässige Bearbeitung von Anfragen</li> <li>• Schnelle und zuverlässige Reaktion bei Problemen</li> <li>• Kulanz</li> <li>• Belohnung von Kundentreue</li> <li>• Unterstützung bei effizienter Energienutzung</li> </ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Attraktive Preisgarantie</li> </ul>

## Studiendesign (II)

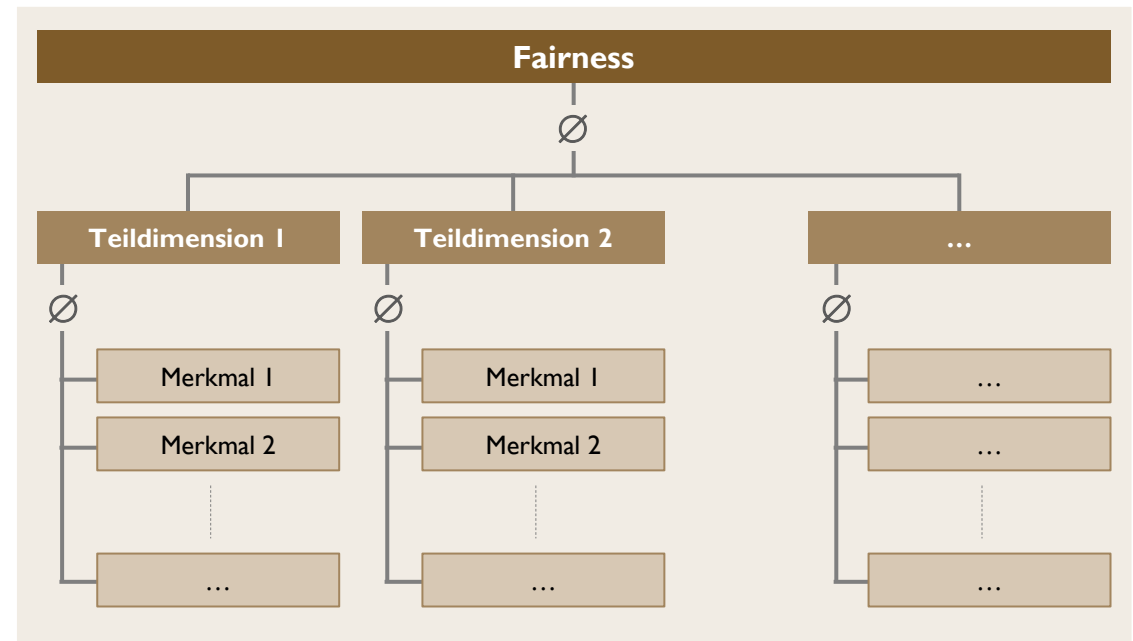
<p><b>Faire Kundenberatung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auskunftsfähigkeit/-bereitschaft</li> <li>• Fachkompetenz der Mitarbeiter</li> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Proaktiv bessere Angebote</li> </ul>
<p><b>Faire Kundenkommunikation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freundlichkeit der Mitarbeiter</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots-, Vertrags- und Abrechnungsunterlagen</li> <li>• Angemessener Informationsumfang</li> <li>• Internetauftritt</li> </ul>
<p><b>Nachhaltigkeit und Verantwortung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sozial verantwortliches und umweltbewusstes Handeln</li> <li>• Ökonomische Nachhaltigkeit</li> <li>• Förderung erneuerbarer Energien</li> </ul>

## Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



## Teildimensionen der Fairness von Gasversorgern

### Fairness

#### Faire Produktleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Angebotsauswahl
- Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen
- Flexibilität der vertraglichen Rahmenbedingungen
- Problemloser Tarifwechsel

#### Fairer Kundenservice

- Erreichbarkeit
- Schnelle und zuverlässige Bearbeitung von Anfragen
- Schnelle und zuverlässige Reaktion bei Problemen
- Kulanz
- Belohnung von Kundentreue
- Unterstützung bei effizienter Energienutzung

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Attraktive Preisgarantie

#### Faire Kundenberatung

- Auskunftsfähigkeit/-bereitschaft
- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Proaktiv bessere Angebote

#### Faire Kundenkommunikation

- Freundlichkeit der Mitarbeiter
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Angebots-, Vertrags- und Abrechnungsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang
- Internetauftritt

#### Nachhaltigkeit und Verantwortung

- Sozial verantwortliches und umweltbewusstes Handeln
- Ökonomische Nachhaltigkeit
- Förderung erneuerbarer Energien

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Gasversorger (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Badenova
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	energieGUT
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	mainova
sehr gut	Stadtwerke München
sehr gut	Yello Strom
gut	I 23energie
gut	E WIE EINFACH
gut	enso
gut	Entega
gut	eprimo
gut	goldgas
gut	MAINGAU Energie
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	E.ON
	EnBW
	enercity
	EWE
	GASAG
	MITGAS (enviaM)
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Faire Produktleistung	
sehr gut	Badenova
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	energieGUT
sehr gut	enso
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	MAINGAU Energie
sehr gut	mainova
gut	I 23energie
gut	E WIE EINFACH
gut	Entega
gut	eprimo
gut	EWE
gut	N-ERGIE
gut	Stadtwerke Düsseldorf
gut	Stadtwerke München
gut	Yello Strom
	E.ON
	EnBW
	enercity
	GASAG
	goldgas
	MITGAS (enviaM)
	MVV Energie
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Fairer Kundenservice	
sehr gut	Badenova
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	energieGUT
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	mainova
sehr gut	Stadtwerke München
sehr gut	Yello Strom
gut	E WIE EINFACH
gut	enso
gut	Entega
gut	goldgas
gut	Grünwelt Energie
gut	MAINGAU Energie
gut	MITGAS (enviaM)
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	I 23energie
	E.ON
	EnBW
	enercity
	eprimo
	EWE
	GASAG
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	I 23energie
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	energieGUT
sehr gut	eprimo
sehr gut	goldgas
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	Yello Strom
gut	Badenova
gut	E WIE EINFACH
gut	Entega
gut	MAINGAU Energie
gut	mainova
gut	Stadtwerke Düsseldorf
gut	Stadtwerke München
	E.ON
	EnBW
	enercity
	enso
	EWE
	GASAG
	MITGAS (enviaM)
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Gasversorger (II)

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Badenova
sehr gut	enso
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	Stadtwerke Düsseldorf
sehr gut	Stadtwerke München
sehr gut	Yello Strom
gut	I 23energie
gut	E WIE EINFACH
gut	energieGUT
gut	eprimo
gut	EWE
gut	GASAG
gut	MAINGAU Energie
gut	mainova
gut	MITGAS (enviaM)
	DEW2 I
	E.ON
	EnBW
	enercity
	Entega
	goldgas
	Grünwelt Energie
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

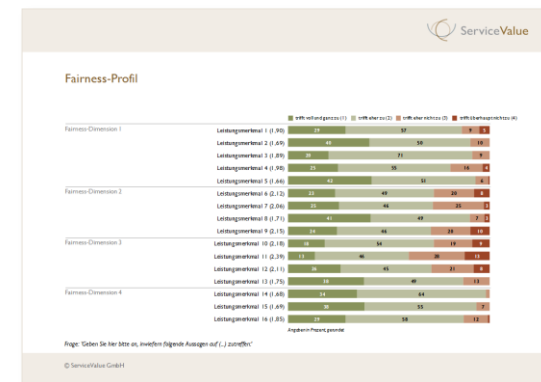
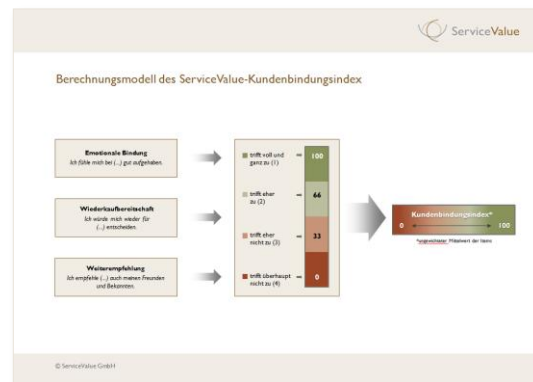
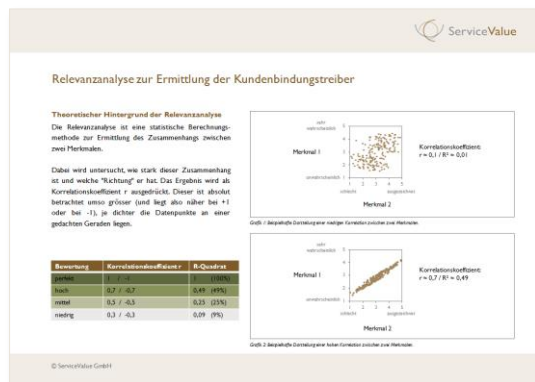
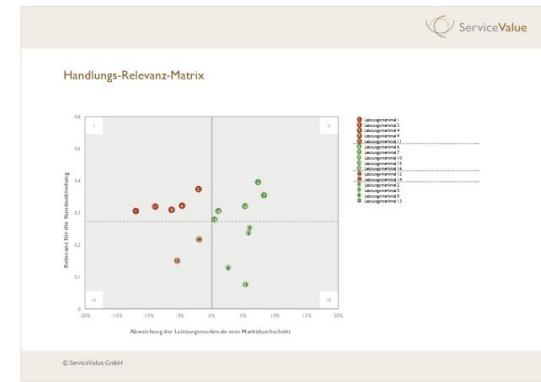
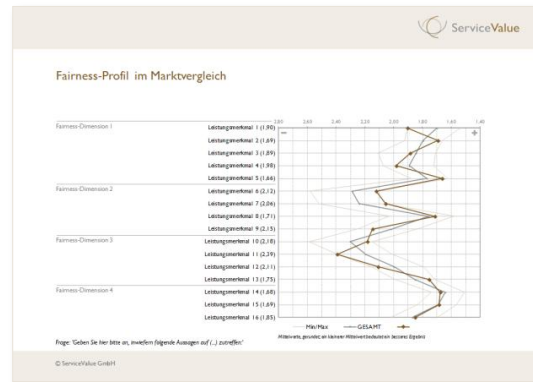
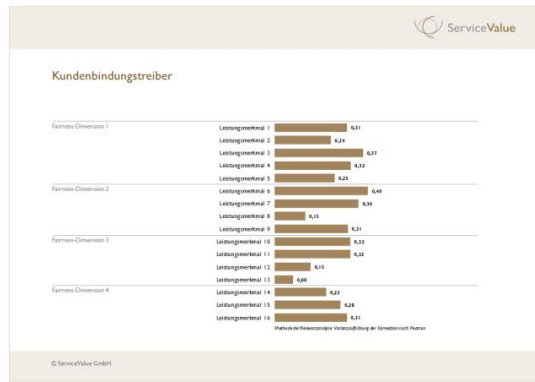
Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Badenova
sehr gut	enso
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	MAINGAU Energie
sehr gut	mainova
sehr gut	Stadtwerke München
sehr gut	Yello Strom
gut	I 23energie
gut	energieGUT
gut	Entega
gut	eprimo
gut	GASAG
gut	goldgas
gut	lekker Energie
gut	MITGAS (enviaM)
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	DEW2 I
	E WIE EINFACH
	E.ON
	EnBW
	enercity
	EWE
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Nachhaltigkeit & Verantwortung	
sehr gut	Badenova
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	MAINGAU Energie
sehr gut	mainova
sehr gut	Stadtwerke Düsseldorf
sehr gut	Stadtwerke München
gut	energieGUT
gut	enso
gut	Entega
gut	eprimo
gut	EWE
gut	Grünwelt Energie
gut	lekker Energie
gut	N-ERGIE
gut	Yello Strom
	I 23energie
	E WIE EINFACH
	E.ON
	EnBW
	enercity
	GASAG
	goldgas
	MITGAS (enviaM)
	MVV Energie
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.



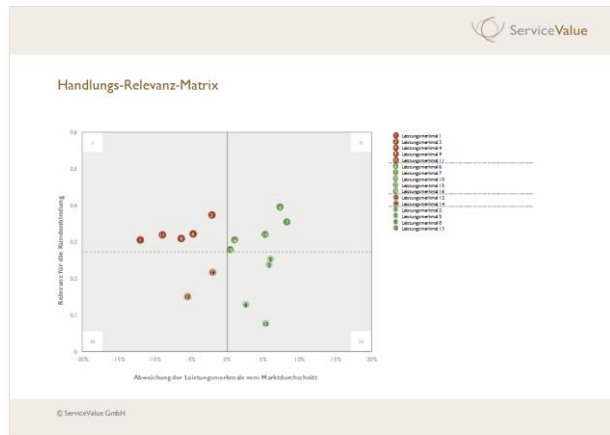
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



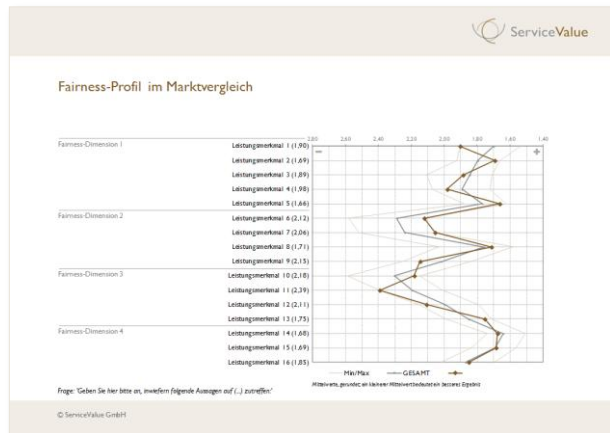
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

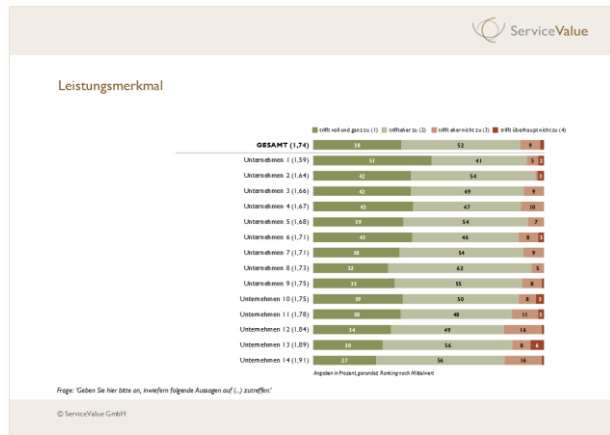


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Fairnessprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

## Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Wiederkaufbereitschaft und Weiterempfehlung

Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de)  
 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Gasversorgern 2014“ (Einzelexemplar, 315 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.400,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)  
zum Preis von 1.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Gasversorgern 2014“ (Einzelexemplar, 315 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 4.400,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

### Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

## Impressum

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

ISBN 978-3-944739-74-8 (PDF)

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya / WoGi - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)