



Kundenurteil: Fairness von Gasversorgern 2013

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 27 große Gasversorger

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juli bis September 2013
Stichprobe	2.449 Kunden mit 2.592 Urteilen zu 27 Gasversorgern (Bewertung von bis zu 2 Gasversorgern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 27 Gasversorger</p> <ul style="list-style-type: none"> • I23energie • Badenova • DEW21 • E WIE EINFACH • E.ON • EnBW • Enercity • Entega • eprimo • EWE • GASAG • goldgas • Grünwelt Energie • lekker Energie • LichtBlick • MAINGAU Energie • mainova • MITGAS • MVV Energie • N-ERGIE • RheinEnergie • RWE • Stadtwerke Duisburg • Stadtwerke Düsseldorf • Stadtwerke Leipzig • Stadtwerke München • Vattenfall
Gesamtumfang	293 Seiten Chart-Berichtsband (pdf)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Image
Faire Produktleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Produkte und Leistungen • Angebotsauswahl • Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen • Flexibilität der vertraglichen Rahmenbedingungen • Problemloser Tarifwechsel
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Attraktive Preisgarantie

Studiendesign (II)

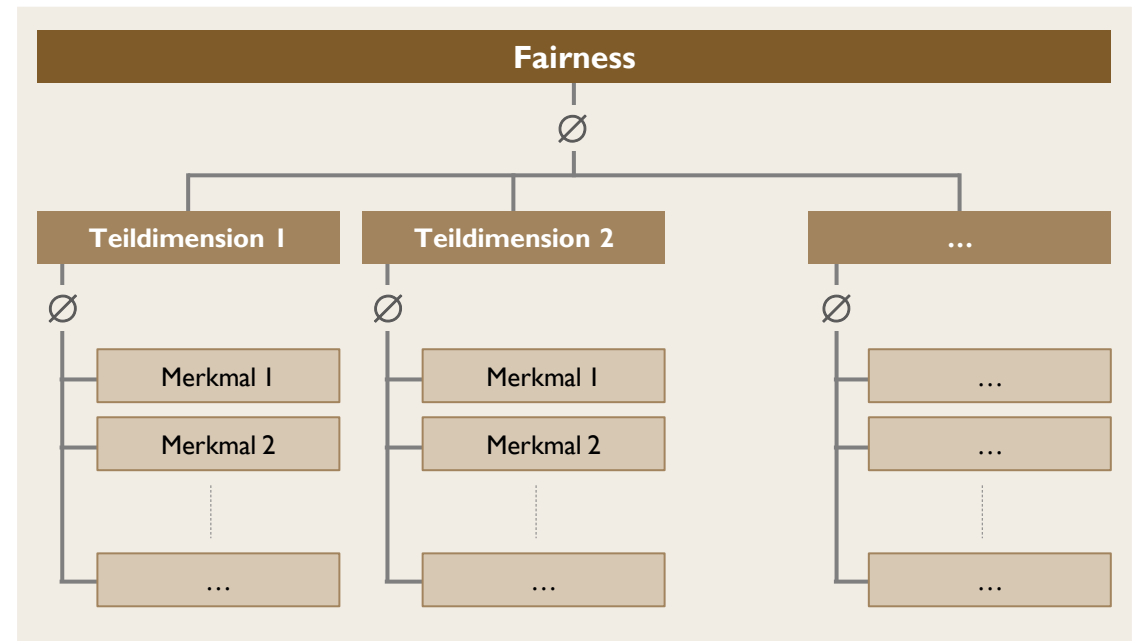
<p>Faire Kundenberatung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auskunftsfähigkeit/-bereitschaft • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Proaktiv bessere Angebote
<p>Faire Kundenkommunikation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Verbindlichkeit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

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	I23energie
sehr gut	Badenova
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	E WIE EINFACH
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	mainova
sehr gut	Stadtwerke München
gut	Entega
gut	eprimo
gut	goldgas
gut	MAINGAU Energie
gut	N-ERGIE
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	E.ON
	EnBW
	enercity
	EWE
	GASAG
	MITGAS
	MVV Energie
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Faire Produktleistung	
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	E WIE EINFACH
sehr gut	goldgas
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	mainova
gut	I23energie
gut	Badenova
gut	Entega
gut	eprimo
gut	lekker Energie
gut	MAINGAU Energie
gut	N-ERGIE
gut	Stadtwerke Düsseldorf
gut	Stadtwerke München
	E.ON
	EnBW
	enercity
	EWE
	GASAG
	MITGAS
	MVV Energie
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Fairer Kundenservice	
sehr gut	I23energie
sehr gut	Badenova
sehr gut	E WIE EINFACH
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	Stadtwerke München
gut	DEW2 I
gut	EnBW
gut	Entega
gut	eprimo
gut	GASAG
gut	goldgas
gut	mainova
gut	RWE
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	E.ON
	enercity
	EWE
	MAINGAU Energie
	MITGAS
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	I23energie
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	E WIE EINFACH
sehr gut	eprimo
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
gut	Badenova
gut	goldgas
gut	MAINGAU Energie
gut	mainova
gut	Stadtwerke München
	E.ON
	EnBW
	enercity
	Entega
	EWE
	GASAG
	MITGAS
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Düsseldorf
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

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

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Gasversorger (II)

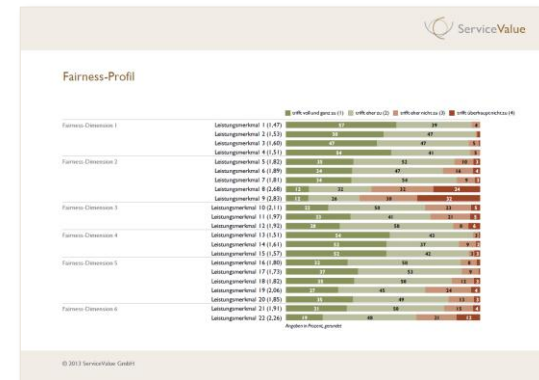
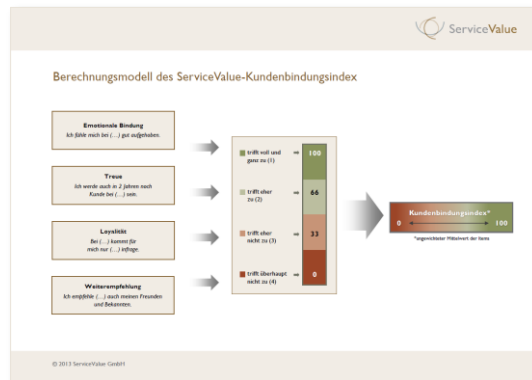
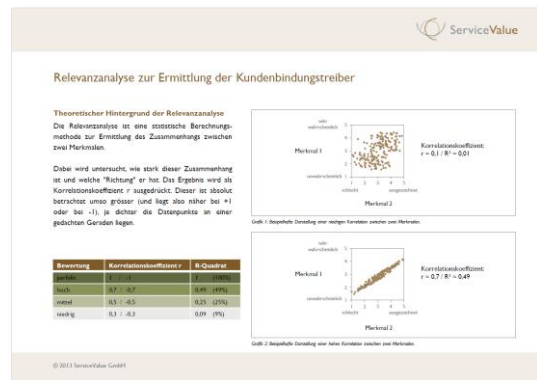
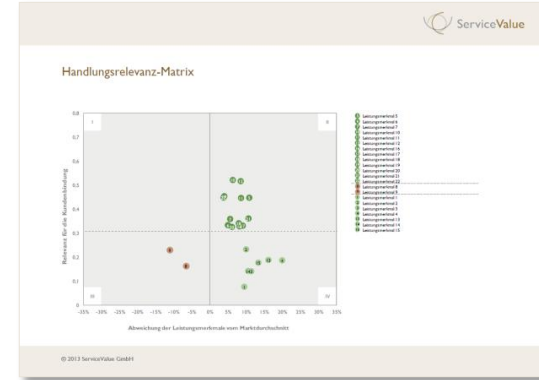
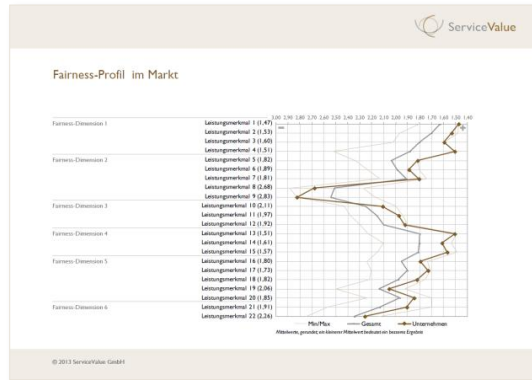
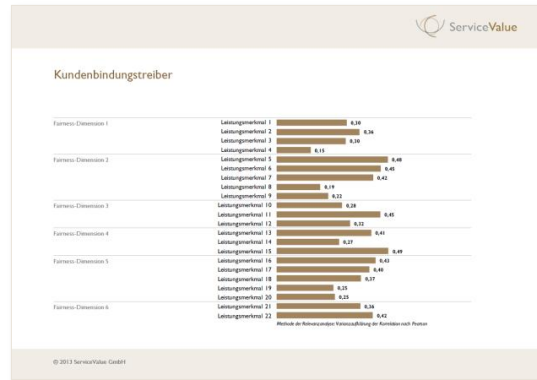
Faire Kundenberatung	
sehr gut	I23energie
sehr gut	E WIE EINFACH
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	mainova
sehr gut	Stadtwerke München
gut	Badenova
gut	DEW2 I
gut	eprimo
gut	EWE
gut	GASAG
gut	goldgas
gut	N-ERGIE
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	E.ON
	EnBW
	enercity
	Entega
	Grünwelt Energie
	MAINGAU Energie
	MITGAS
	MVV Energie
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	I23energie
sehr gut	E WIE EINFACH
sehr gut	lekker Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	mainova
sehr gut	Stadtwerke München
gut	Badenova
gut	DEW2 I
gut	eprimo
gut	GASAG
gut	goldgas
gut	Grünwelt Energie
gut	MAINGAU Energie
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	E.ON
	EnBW
	enercity
	Entega
	EWE
	MITGAS
	MVV Energie
	N-ERGIE
	RheinEnergie
	RWE
	Stadtwerke Duisburg
	Stadtwerke Leipzig
	Vattenfall

Nachhaltigkeit und Verantwortung	
sehr gut	I23energie
sehr gut	Badenova
sehr gut	DEW2 I
sehr gut	Entega
sehr gut	Grünwelt Energie
sehr gut	LichtBlick
sehr gut	MAINGAU Energie
sehr gut	Stadtwerke München
gut	E WIE EINFACH
gut	lekker Energie
gut	mainova
gut	N-ERGIE
gut	Stadtwerke Düsseldorf
	E.ON
	EnBW
	enercity
	eprimo
	EWE
	GASAG
	goldgas
	MITGAS
	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

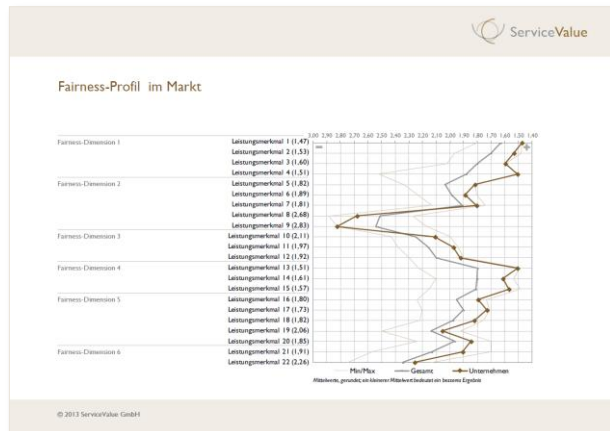
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

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 Handlungsrelevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

⇒ Serviceprofil 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, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per FAX an ServiceValue: +49 (0)221. 67 78 67 – 29

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Gasversorgern 2013“ (Einzelexemplar, 293 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.300,- € 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 2013“ (Einzelexemplar, 293 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 4.300,- € 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 / Kontakt

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

Info@ServiceValue.de

Kontakt

Stefan Heinisch

Tel +49.(0)221.67 78 67 – 20

S.Heinisch@ServiceValue.de

ISBN 978-3-944739-53-3 (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 34I

50935 Köln

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

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de