

Die Wechsel-Party ist vorbei, aber Stadtwerke bleiben pessimistisch

Energievertrieb Eine neue Studie belegt weiter steigende Treue zu Lokalversorgern. Das Potenzial der Discounter und der Preisvergleichsportale ist dagegen gesunken

Wöllstadt – Die Bereitschaft von Privatkunden, den Energieversorger zu wechseln, nimmt wieder ab, die »Goldgräberstimmung« in dem Marktsegment ist vorbei (siehe auch Seite 19). Doch Energie-Stadtwerke sehen weiterhin mehrheitlich pessimistisch in ihre geschäftliche Zukunft. Das haben Lead and Sale sowie Creative Analytic 3000 in der Studie »Stadtwerke 2019: Kunden gewinnen und binden« herausgefunden. Der ZfK liegt die 141-seitige Untersuchung vor, die jetzt verkauft wird.

Volker Plocher ist Chef der Unternehmensberatung Lead and Sale und damit häufig Interimsmanager in Stadtwerke-Vertrieben, Clemens Sommer Geschäftsführer des Marktforschungsunternehmens Creative Analytic 3000. Sie stellen in der Untersuchung erneut eine repräsentative Umfrage unter gut 1000 Kunden von Stadtwerken und Regionalversorgern dem Selbstbild von Stadtwerke-Entscheidern, diesmal 47, gegenüber.

Skepsis auch gegenüber IT-Firmen | Demnach bleiben nun 39 Prozent der befragten Privatverbraucher grundsätzlich bei »meinem lokalen Versorger«. 2017, bei der vorigen Studie, waren es nur 28 Prozent (ZfK 2/17, 9). Überhaupt gewechselt haben wollen nur noch 37 Prozent – acht Punkte weniger als vor zwei Jahren. Der Anteil der regelmäßigen Wechsler geht auf elf Prozent bei Strom und neun Prozent bei Gas zurück.

»Regelmäßige Preishopper auf der jährlichen Suche nach dem günstigsten Anbieter und attraktiven Prämien verlieren an Gewicht«, schreibt Volker Plocher. Für jeweils 45 Prozent der Befragten kommt ein

anderes Stadtwerk in Frage oder aber einer der großen Vier. Energiediscounter sind mit 29 Prozent weit abgeschlagen – zwölf Punkte weniger als 2017. Ebenso sank die Offenheit gegenüber branchenfremden Unternehmen, die Strom anbieten: Telekommunikationsfirmen von 22 auf 12 Prozent, Internetprovider von 15 auf elf Prozent und Autohersteller von elf auf acht Prozent. Dem Vernehmen nach ist die Telekom aus dem Stromvertrieb wieder ausgestiegen, aber ganz offiziell VW mit »Elli« eingestiegen.

»Auslaufmodell Stadtwerke« | 61 Prozent der befragten Kunden sind »sehr zufrieden« mit ihrem Lokalversorger, mehr als 2017, jetzt halten ihn schon 67 Prozent für »seriös« und 73 Prozent haben sich noch nie über ihn geärgert! 41 Prozent halten Lokalversorger sogar für »preisgünstig« – elf Punkte mehr als 2017, und

gen teilen diesen Schwanengesang nur zu 33 Prozent.

59 Prozent sind immer noch im meist teureren Grundversorgungstarif. Überraschend: je jünger, desto mehr! Mit 45 Prozent ist die Verankerung in der Region der meistbestätigte Vorteil des Lokalversorgers. Aber nur 23 Prozent beschäftigen sich regelmäßig mit ihrem Energieunternehmen – Strom und Gas sind halt doch Low-involvement-Produkte.

Schlecht für Portale | Das sind doppelt schlechte Nachrichten für die Vergleichs- und Makelportale. Denn erstens dringen sie offenbar mit ihrem Abzocke-Vorwurf an die lokalen Marktführer, die Grundversorger, bei weniger Verbrauchern durch. Immer wieder geht ein Energiediscounter pleite. Verbraucher verlieren dann faktisch bestimmte Boni, die die Preise zeitweise vergünstigen, und andere Rückzahlungsansprüche. Das spricht sich herum. Zweitens nutzen zwar noch 43 Prozent diese Portale als Informationsquelle – aber nur noch zu 27 Prozent als Abschlussmedium. Dass hieße, Verivox & Co. hätten die gleichen Serverkosten bei weniger Provisionseinnahmen. Die lokalen Anbieter generieren ihre Neukunden verstärkt

- über die eigene Website (30 Prozent),
- das eigene Kundenzentrum (20 Prozent)
- und eingehende Anrufe (18 Prozent).



**Stadtwerke verbessern sich
in vielen Imagefaktoren.**

jeder zweite geht von »langfristig fairen Preisen« aus. »Stadtwerke verbessern sich in vielen Imagefaktoren«, fasst Clemens Sommer von Creative Analytic zusammen.

Dies widerspricht nur scheinbar der Stimmung fast jedes zweiten Interviewten, Stadtwerke seien »ein Auslaufmodell«. Überraschend wieder: Die unter 30-Jähri-

Preis schon wichtig | Gehen die Befragten doch fort, dann stecken meist wirtschaftliche Motive dahinter. Jeder Zehnte würde sogar bei einer Preissenkung googeln, aber zwei von drei wollen darüber informiert werden! Jeder Fünfte war mit dem Service unzufrieden. Die Stu-

die clustert und zitiert die Aussagen von 284 Befragten, worüber sie sich geärgert haben. 19 Prozent werden schlicht umziehen. Am wichtigsten sind dreien von vier Befragten stabile Preise. 59 Prozent erwarten die wenig verbreiteten Treueprämien.

Die Sicht von Managern | Gleichwohl rechnen drei von vier befragten Stadtwerke-Manager mit zurückgehenden Mar-

gen. »Der Hoffnungsträger ist die Digitalisierung, damit einhergehend geringere Cost-to-serve«, so Volker Plocher. Damit meinen ebenso viele Führungskräfte die Automatisierung ihrer Geschäftsprozesse. Nur jeder vierte Entscheider glaubt indes, dass sich kleinere und mittlere Stadtwerke zusammenschließen.

Akzeptanz von Zukunftsprodukten | Die Studie enthält auch Angaben über die

Akzeptanz bestimmter neuer Produkte bei Verbrauchern und Stadtwerke-Führungskräften, wie etwa Eigenerzeugungsanlagen, E-Autos, energienahe Dienstleistungen, Fahrradverleih und Carsharing. Einschätzungen der Manager zur direkten Kundenansprache, zu Kundensegmentierung, CRM-Systemen und zum Servicezentrum als Vertriebskanal runden die Untersuchung ab.

Georg Eble