

Kundenwahrnehmung beim Stromkauf

Projekt zur Kundenwahrnehmung beim Kauf von Ökostrom, mit Fokus auf After-Sales



Kundenwahrnehmung beim Stromkauf

Es hat sich gezeigt, dass **Kunden beim Stromkauf** anders handeln, als sie angeben und wollen. Um diese Diskrepanz zu erklären wurden bisher vor allem Pre-Sales Massnahmen untersucht, aber es wurde nicht systematisch versucht diesen Gap zu schliessen. Zum Beispiel wurden die Zufriedenheit der Kunden beim Kauf und die After-Sales Prozesse bisher kaum beachtet. Zusätzlich wird die Kommunikation durch die fehlende Liberalisierung erschwert. Ausländische Untersuchungen können daher meist nicht auf die Schweiz übertragen werden.

Im Projekt soll erstmals **umfassend untersucht** werden, wie die verschiedenen Kundengruppen den Kaufprozess empfinden und welche Informationen oder sichtbare Werte es braucht, damit dieser positiv wahrgenommen, darüber gesprochen wird und die Produkte weiterempfohlen werden. Dabei soll der Fokus auf dem After-Sales liegen, es sollen aber auch Wissenslücken zum Pre-Sales geschlossen werden.

Wir suchen für das Projekt **interessierte EVU**. Diese stellen vor allem die Kundenbasis und Projektmitarbeit zur Verfügung. Die Kostenbeteiligung ist abhängig von der Grösse des EVU.

Die beteiligten **EVU profitieren** unter anderem von folgenden Vorteilen: Eine umfassende Analyse der eigenen Kundensegmente und Wahrnehmung der Kunden zu den eigenen Kaufprozessen; Unterstützung bei der Implementation von Apps oder Verkaufsinformationen, die zu positiver Wahrnehmung und Weiterempfehlung führen; direkter Zugang zu den Forschungsergebnissen.

Im Projekt arbeiten Forscher der ZHAW, Uni Luzern und ETHZ zusammen mit dem Stromvergleichsdienst myNewEnergy unterstützt von der Stiftung Risiko Dialog. Das Projekt soll mehrheitlich im 2017 durchgeführt werden. Zum Projekt laufen derzeit vom BFE finanzierte Vorstudien. Der Projektantrag wird im Juli 2016 beim BFE eingereicht.

Hintergrund Projekt

- Durch den Betrieb der myNewEnergy Plattform und die Kontakte zu Konsumenten wurde klar, dass der Kauf von Ökostrom selten als befriedigend empfunden wird. Folgende Punkte werden häufig von Privatkunden genannt:
 - fehlende Sichtbarkeit und Unsicherheit ob das Produkt überhaupt geliefert wird.
 - wenig Information über die positiven Auswirkungen des Kaufes.
 - man sieht vor allem die negativen Auswirkungen, z.B. die Rechnung mit Mehrkosten.
 - Erste Untersuchungen haben ergeben, dass der Pre-Sales beim Stromverkauf schon teilweise untersucht ist, aber zum After-Sales noch nicht viele Erkenntnisse vorliegen.
 - myNewEnergy sieht sich als Mittler zwischen Konsumenten und Energieunternehmen und möchte helfen den Kaufprozess zu verbessern und positiv zu gestalten.
-
- **myNewEnergy hat dem BFE dieses praxisnahe Forschungsprojekt vorgeschlagen**
 - **Die Ergebnisse sollen der Branche und den Konsumenten zugute kommen**
 - **Die Vorstudie zum Projekt wurden im Herbst 2015 vom BFE bewilligt**



Folgende Untersuchungen werden in der Vorstudie durchgeführt

- Welche Literatur, Forschungsgruppen, EVU, Firmen, Vereine und Organisationen beschäftigen sich in der Schweiz mit dem Thema, haben Untersuchungen gemacht, können Informationen liefern und haben Interesse an einer Zusammenarbeit.
- Planung der Organisation, Methoden, Partner und Finanzierung des Projektes

Bereits umgesetzt

- Einzelgespräche unter anderem mit:
 - ZHAW diverse Gruppen, Uni Luzern, HSG, ETHZ (Bits to Energy, Ben Energy), EBP, Infracore
- Umfrage bei 12 EVU zum Interesse am Projekt und den Fragestellungen.
 - Projektfragen sind interessant für EVU, aber sind noch nicht ausreichend untersucht.
- Literaturrecherche
 - Es gibt ähnliche Projekte im Bereich Effizienz und im Zusammenhang mit erneuerbaren Energien und dem Kaufverhalten, aber keine Untersuchungen zum After-Sales von Ökostromprodukten und der Wirksamkeit von Gadgets und Informationen.
- Expertenmeeting um Projektgrundlagen und Zusammenarbeit zu planen

Zu folgenden Fragen sollen Thesen entwickelt werden

- Welche Kundensegmente können für den Verkauf von Ökostrom erreicht werden?
- Wodurch entsteht der Gap zwischen Kundenbewusstsein und Kundenaktivität, also warum handeln Kunden nicht entsprechend ihren Aussagen?
- Welche Eigenschaften von Stromprodukten und Anbietern sind für Kunden wichtig und wie müssen diese kommuniziert werden?
- Gibt es Gadgets / Symbole / Informationen zum Grünstrom, die
 - den Strom sichtbarer machen
 - den Status erhöhen
 - Emotionen übertragen
 - die Kundenzufriedenheit erhöhen
 - zu Weiterempfehlung und Multiplikation führen

➔ **den Verkauf fördern**

Ziele des Projektes

- Steigerung der Kundenzufriedenheit beim Ökostromkauf
- Mehr Weiterempfehlung durch Kunden und dadurch Multiplikation
- Erkennen und reduzieren des Gaps zwischen Kundenverhalten und Kundenaussagen
- Entwicklung eines Baukastens / Handlungsanweisung, wie EVU Ökostromprodukte verkaufen können.



Messbare Auswirkungen

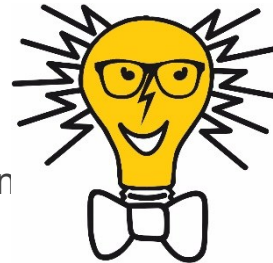
- Steigerung von
 - Verkauf Ökostrom und Anzahl Kunden
 - Margen auf Ökostrom
 - Anzahl zufriedener und informierter Kunden
 - positivem Image bei Kunden und lokaler Bevölkerung



Partner und Mitarbeiter

■ Projektumsetzung wird in Zusammenarbeit mit folgenden Forschungspartnern

- Prof. Dr. Schaffner und Prof. Dr. Demarmels von der Hochschule Luzern
 - Fachgebiet: Sozialpsychologie, Kundenökonomie und Marketing
- Prof. Dr. Ester Reijnen von der ZHAW
 - Fachgebiet: Wahrnehmung und Aufmerksamkeit, Visualisierung und Entscheidungshilfen
- Prof. Dr. Jürg Hari von der ZHAW (Schwerpunkt Studentenprojekte)
 - Fachgebiet: Verkaufsinteraktion und Marktforschung
- Devon Wemyss von der ZHAW
 - Fachgebiet: Energie, Entrepreneurship, Energieversorgungsunternehmen, Foresight



■ Folgende Experten haben die Konzeption begleitet:

- Felix Ribi von Ernst Basler und Partner (EBP), Leiter Energiewirtschaft
- Christoph Beuttler von der Stiftung Risiko-Dialog, stellv. Geschäftsführer und Projektleiter
- Dr. Felix Lossin von BEN-Energy, App Entwicklung, Visualisierung, Gamification von Energieeffizienz
- Robert Bühler von Change38, App Entwicklung, Community-Building, Visualisierung von Strom

■ technische Umsetzungspartner

- BEN Energy und Change38 sind interessiert App-Lösungen für die Studien zu implementieren.

Grundlagen für die Umsetzung des Projektes

- Zusammenarbeit mit 1-2 Energieunternehmen, so dass die Forschung zusammen mit den EVU abgestimmt und mit realen Kunden durchgeführt werden kann
- Zusammenarbeit von Forschenden, Doktoranden, Masterstudenten und Experten mit den Mitarbeitern der Energieunternehmens
- myNewEnergy kann als Praxispartner einige Forschungsfragen direkt auf der Webseite und an Kundenevents testen, z.B. Verknüpfung Kauf mit Gadget usw.

Methoden

- Qualitative Interviews mit segmentierten Kunden und Experten
- Quantitative Interviews mit lokalen EVU Kunden
- Quantitative, repräsentative und experimentelle Umfragen
- Testen der Hypothesen mittels App, SMS, Email mit den EVU Kunden
- Messung der Ergebnisse durch gezielte Befragungen und Untersuchungen
- Benutzung von modernen Analysemethoden, z.B. Conjoint Analyse usw.



Zeitplan (provisorisch)

- Okt 2015 : Zusage des BFE zum Vorprojekt ✓
- Dez 2015 : Start Vorprojekt ✓
- Jul 2016 : Abgabe Vorprojekt
- Nov 2016 : Start Projekt
- Dauer Projekt: Ca 1.5. Jahre



Finanzierung

Das Vorprojekt wurde vom BFE genehmigt und unterstützt.

Der Kostenrahmen des Projektes wird bei rund 200'000 CHF gesehen. Diese Summe soll anteilig vom BFE, den Projektpartnern und den EVU getragen werden. Derzeitiger Ansprechpartner ist Marc Cavigelli.

Voraussetzungen für die Teilnahme am Projekt

- Produktpalette mit verschiedenen Ökostromprodukten vorhanden
 - ein Basis- und ein Premium Ökostromprodukt, eventuell ein Solarstrom / lokales Produkt
- vorhandene Kunden, die bereits Ökostromprodukte gewählt haben, aber auch Potential für Kunden, die upgraden könnten (oder in Planung)
- Einbindung der Privatkunden muss möglich sein.
- Offen für Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und Start-Ups
- Durchführung mehrheitlich im Jahr 2017
- Finanzielle und personelle Beteiligung am Projekt
Gemäss ersten Schätzungen: rund 5000 CHF für kleine, 10'000 CHF für mittlere und 30'000 CHF für grosse EVU (Verhandlungsbasis)

optional von Vorteil:

- bereits vorhandenes Kundenportal / Apps, um die Kunden anzusprechen

- Direkter Bezug und Zugang zu den Forschungsergebnissen aus dem Projekt, spezifisch angepasst auf eigene Bedürfnisse
- Profitieren durch die Projektinfrastruktur für weitere Kundenarbeit
- Nutzung der Erkenntnisse aus dem Projekt mit besonderem Fokus auf eigene Bedürfnisse, z.B. Massnahmen, Technologien, Apps, Wording, Umgang mit Kunden
- Mitgestaltung der Umsetzung dieses aktuellen Themas
- Reduzierte Projektkosten durch Beteiligung des BFE und der Forschungseinrichtungen
- Positive Kundenbindung, Kundenzufriedenheit
- Unterstützung bei Übertragung auf andere DL-Bereiche, z.B. Gas, Wasser usw.



*Wir würden uns
sehr freuen das
Projekt mit Ihnen
besprechen zu
dürfen !*

Pyramide der Kundenzufriedenheit

Von der Selbstverständlichkeit bis zur Begeisterung



Was könnten diese Begeisterungsfaktoren sein ?

myNewEnergy freut sich auf die Zusammenarbeit mit Ihnen
Bitte melden Sie sich mit Fragen oder Anregungen bei uns.



Dr. Christina Marchand
Geschäftsleiterin
Christina.Marchand@myNewEnergy.ch
z: +41 44 545 30 50
d: +41 44 545 30 51
m: +41 78 733 43 22