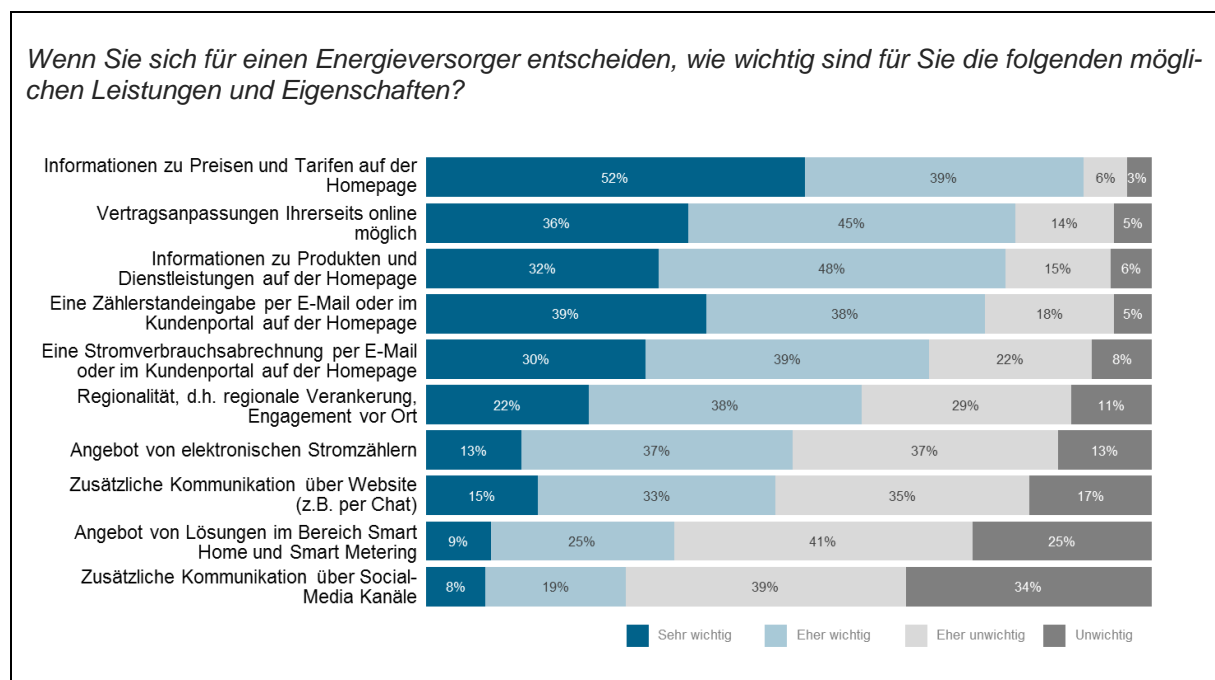


„DIGITALE SERVICES WICHTIGER ALS REGIONALITÄT BEI DER ANBIETER-AUSWAHL FÜR STROM- & GAS-PRODUKTE“

XD Next Digital Group hat in einer gemeinschaftlichen Kundenbefragung mit INNOFACT AG die Erwartungen von Energiekunden in Bezug auf digitale Angebote beim Anbieterwechsel untersucht. Dabei zeigte sich, dass für 91% der Kunden der Preis weiterhin wichtig ist, digitale Serviceleistungen und eine digitale Informationsgestaltung jedoch für über 69% als Entscheidungskriterien unmittelbar hierauf folgen. Nur noch jedem zweiten Kunden ist die Regionalität mindestens eher wichtig.

Meerbusch / Düsseldorf, April 2016 – **Welche Leistungen und Eigenschaften sind den Energiekunden im Zusammenhang mit der Digitalisierung besonders wichtig?** Diese Frage haben sich die INNOFACT AG, ein führendes Marktforschungsinstitut, sowie die XD Next Digital Group, eine Unternehmensgruppe für die digitale Transformation, gestellt und eine bevölkerungsrepräsentative Befragung durchgeführt. Es wurden 1.041 Kunden von überregionalen und regionalen Energieversorgern, Ökostromanbietern bzw. Energie-Discountern zu ihren Erwartungen hinsichtlich digitaler Angebote sowie Services im Zuge eines Anbieterwechsels befragt. Verschiedene Themen z.B. die Verfügbarkeit von Preis-/Produktinformationen auf der Website, Online-Serviceleistungen (Zählerstandeingabe, Vertragsanpassungen, individuelle Stromverbrauchsabrechnung), Kommunikationskanäle oder der Verfügbarkeit von elektronischen Zählern bzw. Smart-Home-Lösungen waren Bestandteil der Befragung.



Als absolut entscheidungskritisch für Energiekunden haben sich vor allem die Verfügbarkeit von Preis- und Tarifinformationen bzw. die vorhandenen Produkt- und Angebotsinformationen herausgestellt. Diese Aspekte sahen im Schnitt 85% der Befragten als wichtig beziehungsweise sehr wichtig an. Aber auch das Angebot von Online-Serviceleistungen, wie einer Zählerstandeingabe oder individueller Ver-

tragsanpassungen, wurde von 76% der Befragten als (sehr) wichtig erachtet. Die Bedeutung der Regionalität rückt dabei etwas in den Hintergrund und ist für 50% der Befragten ein „eher wichtiges“ Entscheidungskriterium.

Die Befragung belegt, dass insbesondere Regionalversorger und Stadtwerke sich verstärkt auf den Ausbau und die Professionalisierung ihrer digitalen Angebote konzentrieren müssen, wenn sie zukünftig Kundenverluste minimieren und Kundenbindung erhalten wollen. Vielen Energieversorgern fällt es dabei schwer, einen Einstieg in die Digitalisierung ihres Geschäftsmodells zu finden. Womit soll man anfangen?

Wir empfehlen Energieanbietern in einen Strategieprozess einzusteigen, welcher die grundlegenden Fragen zur digitalen Transformation ihres Geschäftsmodells beantwortet. Aus Sicht der Marktbearbeitung geht es um die Fragen des Absatzmarktes (regional vs. bundesweit), der Zielgruppe und der entsprechenden Produkte (u.a. klassisch, grün, Laufzeiten, Boni-Modell), der Kanäle (insbes. Verzahnung von On- und Offline-Kanälen) sowie der Kompetenz und Qualifikation in der Organisation, um eine digitalisierte Aufstellung erfolgreich zu steuern. Hierzu zählen auch Prozesse und IT-Systeme sowie eine Dienstleisterkonstellation, welche die digitalen Ziele optimal unterstützen können.

Mit Blick auf die eigene Präsenz in digitalen Kanälen empfiehlt es sich in drei Stufen vorzugehen. In der ersten Stufe gilt es zu prüfen, wie die eigene Unternehmensdarstellung auf Plattformen anderer Anbieter im Vergleich zum Wettbewerb ausgestaltet ist. Hierzu zählen nicht nur Preisvergleichsseiten, sondern auch Firmenprofile (z.B. XING, Google My Business) oder Social Media (u.a. YouTube, Facebook, Twitter). Die Darstellung muss den digitalen Zielen des Unternehmens entsprechen und vor allem einheitlich ausgestaltet sein. Es ist auch die Frage zu klären, inwiefern in digitalen Kanälen aktiv geworben werden soll (z.B. über Suchmaschinenwerbung) und welche Wirtschaftlichkeit vorausgesetzt wird. Die zweite Stufe umfasst die Weiterentwicklung der Website. Diese sollte nicht nur ihre informatorische Funktion erfüllen, sondern vor allem durch Mobilfähigkeit, Usability und technische Performance glänzen. Bestimmte Funktionen wie Tarifrechner, Produktseiten und Abschlussstrecken sind inzwischen vom Kunden gelernt und sollten marktkonform gestaltet werden. Die dritte Stufe fokussiert schließlich auf die Online-Services, insbesondere über den Einsatz von Kundenportalen. Hierbei entsteht oftmals eine hohe Komplexität, denn die Automatisierungen über ein Kundenportal gehen stets mit Schnittstellen zu Abrechnungssystemen einher. Ein solides Anforderungsmanagement ist hier, wie auch bei jeder anderen größeren digitalen Maßnahme, unumgänglich, um Entwicklungs- und Implementierungskosten zu begrenzen.

In der Digitalisierung liegt eine große Chance für Energievertriebe, wenn sie strategisch und taktisch gezielt vorgehen. Mit der richtigen Fokussierung kann im Commodity-Geschäft bereits innerhalb von 12-18 Monaten der Wandel von einer klassischen regionalen vertrieblichen Aufstellung zu einer digitalisierten Struktur erfolgen, welche sogar den bundesweiten Markt bearbeiten kann. XD Next Digital Group sowie INNOFACT AG unterstützen Energieversorger in solchen Transformationsprozessen u.a. durch Strategieberatung, Produktentwicklung, Marktforschung, Datenanalytik, Anforderungsmanagement und Operationalisierung inkl. der agenturseitigen Umsetzung.

Über XD Next Digital Group

Als Unternehmensgruppe begleiten wir unsere Kunden aus DAX 30, Mittelstand sowie Spezialisten bei der Transformation von Geschäftsmodellen & Wertschöpfung, Marketing & Vertrieb sowie Produktmanagement & Innovation vor dem Hintergrund der Digitalisierung sowie der Demographie.

Unsere Strategieberatung XD Next Digital Transform GmbH (XDT) entwickelt gemeinsam mit unseren Kunden Lösungen, datenbasierte Modelle und Konzepte zur Begegnung strategischer Fragestellungen rund um die Wertschöpfung, die Marktbearbeitung, das Produkt-/Leistungsportfolio sowie der Gestaltung von kundenorientierten Prozessen und der Organisation. XDT begleitet Kunden auch in der Umsetzung von Konzepten durch Interims-Management, Coaching oder Programm-/Projektmanagement.

Unsere Agentur XD Next Digital Perform GmbH unterstützt unsere Kunden in der digitalen Vermarktung von Marke, Produkten & Lösungen sowie Services in Märkten mit preissensitiven und weitgehend austauschbaren Produkten (B2B & B2C). Zu unseren Leistungen im Netzwerk zählen insbesondere Performance Management (SEA & SEO), Marktforschung und Datenmanagement sowie die Gestaltung und Entwicklung von Touchpoints wie Websites und Kundenportale.

Durch die Aufstellung der XD Unternehmensgruppe sind wir in der Lage, unsere Kunden mit unterschiedlichen Kompetenzen in den drei Phasen einer Transformation umfassend zu unterstützen: Strategie, Implementierung und Operationalisierung.

Kontakt

Steve Kirchhoff

Geschäftsführender Gesellschafter

XD Next Digital Transform GmbH – Transformation Strategy Consulting

Gutshof Haus Meer, Haus Meer 2, 40667 Meerbusch (bei Düsseldorf)

www.nextdigital.de

Über INNOFACT AG

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut mit Niederlassungen u.a. in Düsseldorf, Hamburg und Zürich. Das Institut verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten der Online-Marktforschung. Neben der Erfahrung mit persönlichen und telefonischen Interviews verfügt die INNOFACT AG über langjährige Erfahrung mit Online-Panels. Die INNOFACT AG arbeitet für Auftraggeber aus allen relevanten Branchen, z.B. für Markenartikelhersteller, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Unternehmensberatungen, Medien und den Energiesektor.

Kontakt

Hans-Jochen Brückner,

Geschäftsbereichsleiter Energiemarktforschung

h.brueckner@innofact.com

INNOFACT AG Research & Consulting

Neuer Zollhof 3, 40221 Düsseldorf

www.innofact.de