

Ziel der Marktstudie der EWA-energieUri AG war ein weitergehendes Verständnis der Kundinnen und Kunden sowie deren Bedürfnisse – auch im Zuge der Vorbereitung auf einen vollständig liberalisierten Strommarkt. Enerlytica führte hierzu eine repräsentative Marktbefragung durch und übernahm dabei Konzeption, Durchführung, Auswertung sowie Ergebnisaufbereitung. Basierend auf den erhobenen Daten und Erfahrungswerten aus liberalisierten Märkten erfolgte eine Abschätzung des wirtschaftlichen Risikos einer vollständigen Strommarktöffnung.

10 % des Marktes
befragt

Innert fünf Wochen beantwortete jeder 10. befragte Haushalt im Versorgungsgebiet die Umfrage vollständig

9 Szenarien zur Strommarkt-
öffnung berechnet

Bestimmung des wirtschaftlichen Risikos auf Basis von erwarteten Privatkundenverlusten und Deckungsbeiträgen

6 Bereiche der Kunden-
beziehung analysiert

Wahrnehmung & Zufriedenheit, Kommunikation & Kontaktpunkte sowie Online-Dienste & Cross-Sell-Potenziale standen im Zentrum der Befragung

“Enerlytica führte uns effizient zu der Marktstudie, die gezielt unsere Fragen beantwortete. Dies ist eine wichtige Grundlage für eine stärkere Kundenzentrierung und bereitet uns so auf die Strommarktliberalisierung vor. Die Studie hilft uns gleichzeitig bei der Optimierung bestehender Angebote sowie der Weiterentwicklung neuer Geschäftsfelder.”

Remo Burgener, Leiter Energie und Mitglied der Geschäftsleitung, EWA-energieUri

EWA-energieUri steht für Nachhaltigkeit, Wertigkeit, Innovation und CO₂-Freiheit

Der weitere Ausbau neuer Geschäftsfelder, wie «Smart Energy» und «Smart Home», sowie die Vorbereitung auf eine vollständige Strommarktöffnung fordern eine immer weiter zunehmende **Kundenzentrierung**. Kundenbedürfnisse müssen erkannt und eigene Leistungen in einer Wettbewerbs-sicht betrachtet werden. Die sich daraus ergebenden Fragen zu der aktuellen Wahrnehmung von EWA-energieUri und ihrem Angebot, dem Optimierungspotenzial bei Image- und Leistungsfaktoren sowie dem wirtschaftlichen Risiko der vollständigen Strommarktöffnung bildeten die Grundlage für die durchgeführte Marktstudie.

Die Bereitschaft zur Teilnahme an der Befragung war überdurchschnittlich hoch

Die Einladung der Haushalte im Versorgungsgebiet zur Online-Befragung erfolgte über einen personalisierten Brief. Inert fünf Wochen füllten knapp **10 % des Marktes** die Umfrage vollständig aus – Personen, die die Befragung lediglich «durchklickten» sind hier im Übrigen nicht einberechnet. Zudem hinterliessen fast alle Teilnehmenden ihre E-Mail-Adresse und die Einwilligung zur weiteren Kontaktaufnahme.

Auch die Rückmeldungen zur Befragung waren zum Grossteil positiv. So zeigten sich die Teilnehmenden ebenfalls gewillt,

detailliertes Feedback zu offen gestellten Fragen, z. B. bei der Möglichkeit zur Äusserung weiterer Wünsche und Anregungen, zu geben.

Das wirtschaftliche Risiko wurde durch Einbezug mehrerer Datenquellen berechnet

Ein Fokus der Studie war die Frage nach dem wirtschaftlichen Risiko der vollständigen Strommarktöffnung. Die Haushalte im Versorgungsgebiet wurden daher nach ihrer Wechselabsicht gefragt und bei der Interpretation der Ergebnisse wurden die von Enerlytica erhobenen Schweizer Benchmarks herangezogen. Zudem erfolgte eine detaillierte Analyse der **Einflussfaktoren auf die Wechselgefahr**, um die zentralen Leistungen und Wertversprechen zur Kundenbindung zu identifizieren. Weiter diente die Wechselgefahr als Grundlage der **Gesamtabschätzung des wirtschaftlichen Risikos**, das ebenfalls erwartete Deckungsbeiträge sowie Wechseldaten aus liberalisierten Märkten einbezog.

Die Studie beleuchtete alle zentralen Markt- und Kundenbeziehungs-Bereiche

Ein weiterer Fokus der Befragung war die **Kundenwahrnehmung** von EWA-energieUri: Wie zufrieden sind die Kundinnen und Kunden? Welches Image wird EWA-energieUri zugeschrieben? Welche Werte werden mit EWA-energieUri und ihrem Angebot assoziiert? Wie werden die

Leistungsfaktoren beurteilt? Auch hier konkretisierte der **Vergleich mit Schweizer Benchmarks** die Ergebnisse.

Die Analyse der Kommunikation umfasste die Betrachtung der Kanäle, Inhalte und der Interaktionsfrequenz. Vor allem für die Kommunikationskanäle zeigten sich hier **spannende Unterschiede der Präferenzen**, z. B. in Abhängigkeit des Alters der Teilnehmenden, die so nicht erwartet wurden.

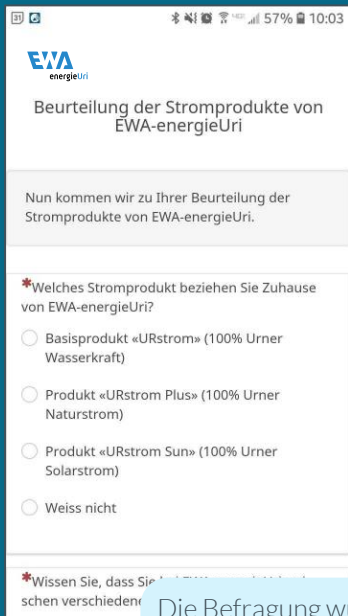
Neue Geschäftsfelder, wie «Smart Energy» und «Smart Home», waren ebenfalls ein wichtiger Bestandteil der Studie. Untersucht wurde das **kundenindividuelle Produktinteresse** zur Ableitung einer differenzierten Vertriebsstrategie, die zudem Informationen zum präferierten Vertriebsweg berücksichtigt. Darüber hinaus wurde die gewünschte Rolle und die mit EWA-energieUri verbundenen Mehrwerte beleuchtet. Die Ergebnisse bieten somit auch eine Grundlage für eine **kundenzentrierte Marktpositionierung**.

EWA-energieUri geht kundenzentriert in eine erfolgreiche Zukunft

Die Marktstudie liefert einen wichtigen Beitrag zur gezielten Weiterentwicklung, um den Herausforderungen der vollständigen Strommarktöffnung vorbereitet zu begegnen. Zudem ermöglicht sie schon heute das Wachstum in neuen Märkten gezielt und entlang der Kundenbedürfnisse zu vollziehen.



Das persönliche Anschreiben mit Gewinnspiel motivierte erfolgreich zur Teilnahme



Die Befragung wurde aus dem Markt heraus geführt und erlaubte so Fragen zu neuen Geschäftsfeldern

