

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer

t +49 (0) 521 9257 687

f +49 (0) 521 9257 250

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

Discount-Stromanbieter sorgen für Verschiebungen der Kundenanteile auf dem deutschen Strommarkt

TNS Infratest Energiemarktforschung: Kleinere überregionale Stromversorger und Naturstromanbieter gewinnen weitere Kunden

München, 9. Februar 2011 – Kleinere überregionale Anbieter und Naturstromanbieter sind die Gewinner der Wechselprozesse auf dem deutschen Strommarkt. Diese beiden Versorgergruppen haben die höchsten Zuwächse an Stromkunden. Dies zeigt eine aktuelle Studie über den Stromanbieterwechsler der letzten drei Monate, die von der TNS Infratest Energiemarktforschung durchgeführt wurde. Nach den vorliegenden Ergebnissen wechselt jeder zweite Stromanbieterwechsler zu einem kleineren überregionalen Energieversorger. Bereits die Studienergebnisse aus 2009 zeigten, dass die erwartete Preisersparnis beim neuen Anbieter sowie Tarife, die besser auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnitten sind, wesentliche Wechselgründe für die Kunden sind. „Die Gruppe der kleineren überregionalen Stromversorger hat großen Zuwachs an Neukunden, da neue Akteure wie z.B. Hitstrom oder Priostrom mit ihren Discount-Angeboten seit Ende 2009 zu Lasten von großen überregionalen Anbietern und den Stadtwerken auf den deutschen Strommarkt drängen“, sagt Dr. Petra Breidenbach, zuständige Projektleiterin der Studie „Strommarkt 2011“ bei TNS Infratest.

Als zweitwichtigster Wechselgrund ist hinter dem Preismotiv das Angebot von alternativen Tarifen beim neuen Anbieter zu nennen, die besser auf die jeweilige Bedürfnisstruktur (z.B. hinsichtlich Verbrauchsverhalten, Transparenz, Präferenz für bestimmte Stromquelle) angepasst sind. „Auch die aktuellen Ergebnisse zeigen, dass das Angebot eines überzeugenden Tarifs mit erneuerbaren Energien oder das Image eines reinen Ökostromanbieters für knapp 30 Prozent ebenfalls Argumente für einen Wechsel sind. Das ist deutlich mehr als noch vor 18 Monaten“, so Dr. Breidenbach.

Studiensteckbrief: Umfassender Blick auf den deutschen Strommarkt mit detaillierter Analyse der Stromanbieter-Wechsler

Die Studie „Strommarkt 2010/2011“ ist eine Neuauflage der bereits 2009 erschienenen Eigenstudie der TNS Infratest Energiemarktforschung und greift neben bevölkerungsrepräsentativ untersuchten Themen das Verhalten und die Bereitschaft zum Stromanbieterwechsel sowie die Kundenbindung an den jetzigen Stromanbieter erneut auf. Außerdem wird die Relevanz des Internets als Informationsmedium und zur Entscheidungsvorbereitung von Stromanbieterwechseln mit Hilfe von Clickstream-Analysen der Software TNS Digital Behave analysiert.

Zu TNS Infratest

TNS Infratest ist das deutsche Mitglied der TNS-Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. TNS, das mit Research International im Februar 2009 fusionierte, ist seit Oktober 2008 Teil der Kantar-Group, dem weltweit größten Netzwerk in den Bereichen Research, Insight und Consultancy. Für Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT-/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „fact based consulting“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Über Kantar

Kantar gehört zu den weltweit größten Marktforschungs-, Analyse- und Consulting-Netzwerken. Mit der Zusammenführung der vielfältigen Kompetenzen seiner 13 spezialisierten Unternehmen verfolgt Kantar das Ziel, sich für Wirtschaftsunternehmen auf der ganzen Welt zum herausragenden Anbieter von faszinierenden und inspirierenden Einblicken zu entwickeln. Seine 26.500 Mitarbeiter in 95 Ländern bearbeiten das gesamte Spektrum der Forschungs- und Beratungsdisziplinen und befähigen das Unternehmen, seinen Kunden in jeder Phase des Konsumzyklus aussagekräftige Informationen bereitzustellen. Mehr als die Hälfte der Fortune-Top-500-Unternehmen nutzen die Dienstleistungen von Kantar. Weitere Informationen unter www.kantar.com

Kontakt und weitere Informationen:

TNS Infratest
Dr. Petra Breidenbach
Energiemarktforschung
t +49 (0)89 5600 1684
e petra.breidenbach@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com

TNS Infratest unterstützt die Initiative Markt- und Sozialforschung



Als Journalist/in wissen Sie, wie wichtig verlässliche Quellen und auskunftsbereite Personen sind. Ebenso wichtig sind valide Daten für Unternehmensentscheidungen, zum Beispiel wenn es um die Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen geht. Diese Daten werden von der Marktforschung durch qualifizierte Bevölkerungsbefragungen gewonnen, natürlich unter Wahrung von Datenschutz und Anonymität. Vielen Menschen ist das leider nicht bewusst. Sie verwechseln Markt- und Sozialforschungsbefragungen mit Verkaufsgesprächen. Langfristig leidet darunter die seriöse Markt- und Sozialforschung. Um die Teilnahmebereitschaft bei Befragungen zu erhöhen, starteten die Marktforschungsverbände ADM, BVM und DGOF im Oktober 2010 mit der Initiative Markt- und Sozialforschung eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit. Über Ihre Unterstützung unserer Aufklärungsarbeit würden wir uns freuen! Näheres unter www.deutsche-marktforscher.de