

Herausforderungen der Energiewende

Köln, 16.01.2017: Die Energiewende ist ein wichtiges Thema in der Politik. 200 Länder haben sich auf das Klimaabkommen von Paris geeinigt. Die Wirtschaft hat sich auf die Energiewende in weiten Zügen eingestellt. Und der Kunde? Sind die deutschen Kunden heute schon auf das Thema eingestellt? Dieser Frage ist ServiceRating in einer Umfrage mit 2066 deutschen Kunden nachgegangen.

Die Atomkraft war gestern. Erneuerbare Energien sind heute. Zunehmend wird Energie dort dezentral produziert, wo sie auch benötigt wird. Eine Entwicklung, die auch 74% der Kunden gefällt. Die Hälfte (53%) der Deutschen kann sich schon vorstellen, Energie für den Eigenbedarf zu produzieren und 44% Energie zu verkaufen bzw. in das Netz einzuspeisen.

73% der Befragten stellen sich vor, deutlich weniger Energie zu verbrauchen. Etwa jeder zweite (51%) rechnet damit verstärkt Beratung des Energieversorgungsunternehmens zum Energiesparen in Anspruch zu nehmen. Eine Mehrheit von 56% möchte zukünftig ausschließlich erneuerbare Energie verbrauchen.

Für die deutsche Bevölkerung ist es bislang noch schwer vorstellbar, Energiespeicher zu Hause aufzustellen (z.B. kleine Batterie-Speicher) und E-Mobilität (z.B. E-Autos) zu nutzen. Während sich die Politik und Automobilindustrie auf eine Zukunft der E-Mobilität vorbereiten, können sich das in der Bevölkerung erst 39% für sich persönlich vorstellen.

Die Energieversorger und die gesamte Wirtschaft müssen sich auf die veränderten Vorstellungen der Kunden im Zuge der Energiewende vorbereiten. Dabei stellen wir in dieser Umfrage fest, dass die Vorstellungen der Unternehmen in einigen Punkten von den Vorstellungen der Kunden abweichen. Bei dem Thema E-Mobilität bietet die Wirtschaft gegenwärtig mehr als die Kunden erwarten und sich vorstellen können. Den Unternehmen bietet der Innovationswettbewerb um bessere Batterien und andere technische Entwicklungen eine Gelegenheit, sich von den Wettbewerbern zu differenzieren. Eigentlich ein Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg, unter der Voraussetzung, dass die Kunden schon zum Kauf bereit sind. Die Energiewirtschaft muss sich in Beratung und Service auf die veränderten Kundenbedürfnisse einstellen.

„Dabei sind stringenter Service und Beratung ebenso wichtig wie technische Innovationen“ sagt Kai Riedel, Geschäftsführer bei ServiceRating „Der Kunde muss in der Kommunikation da abgeholt werden, wo er gerade steht und in die Unternehmensentwicklung eingebunden werden“ so Kai Riedel weiter.

Bei den durch Energiewende veränderter Rahmenbedingungen und Kundenbedürfnissen ist die Kundenbindung das Erfolgskriterium. Technologische Innovationen können Unternehmen kurzfristig erfolgreich machen. Langfristiger Unternehmenserfolg wird durch Kundenorientierung gesichert.

Über ServiceRating:

ServiceRating unterstützt Sie als externer Partner in der Beratung zur Servicequalität. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie Umfragen zu aktuellen Servicethemen werden auf der Internetseite www.servicerating.de veröffentlicht.