

.STUDIE

2026

Vertriebskanäle Energie
für Privatkunden



Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden

Wechselverhalten und Kundenloyalität
transparent gemacht | ab Juli 2026

Hintergrund der Studie

Seit 2012 arbeiten Kreuzer Consulting und Nordlight Research erfolgreich zusammen, indem sie **Branchenkompetenz** in der **Energiewirtschaft** und **Methodenkompetenz** in der **Marktforschung** zu Studien mit Mehrwert verbinden.

Die «Vertriebskanalstudie Energie» macht **seit über zehn Jahren das tatsächliche Wechselverhalten** von Privatkunden im deutschen Strom- und Gasmarkt transparent.

Die Studie untersucht hierzu alle für Vertrieb und Marketing relevanten Punkte:

- › Was sind die wichtigsten Wechselanlässe und Kündigungsgründe?
- › Über welche Kanäle haben die Kunden zuletzt ihren Energieversorger gewechselt?
- › Besteht erneut Wechselabsicht wegen Preisanpassungen oder Unzufriedenheit?
- › Auf welchen Wegen wählen Kunden ihre Anbieter aus?
- › Was hält Kunden bei ihren Anbietern?

Die «Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden» ermöglicht damit **detaillierte Einblicke** in das **Entscheidungsverhalten** von Haushalten, die den **Strom- oder Gasversorger gewechselt haben** oder sich **entscheiden zu bleiben**.

Vertriebskanäle und Medien

► Einteilung für die Erhebung und Analyse

Abschluss	direkt beim Versorger	vermittelt (z.B. über Vergleichsportal, Vertriebspartner, Wechselservice)
via Internet	●	●
via Haustüre	●	●
via Filiale	●	●
via Brief, E-Mail	●	●
via Telefon	●	●

Es wird in der Befragung in drei Schritten systematisch ermittelt, auf welchem Wege der aktuelle Strom- oder Gasvertrag abgeschlossen wurde.

Hierzu werden die möglichen Kontaktpunkte und genutzten Medien beim Abschluss praxisnah beschrieben, so dass sich Verbraucher leicht und genau selber zuordnen können. Die Zuweisung zu den oben beschriebenen Abschlusskanälen und -medien erfolgt später durch uns in der Analyse.



Überblick



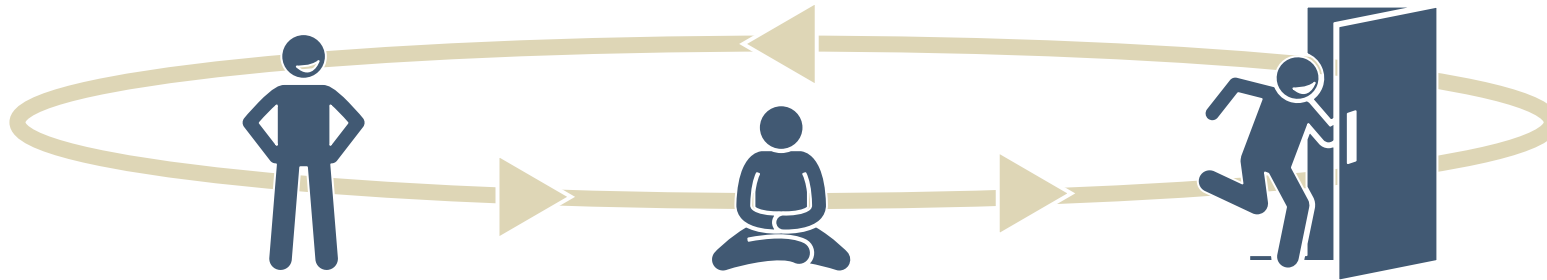
Die «Vertriebskanalstudie Energie» von Kreuzer Consulting und Nordlight Research verschafft Ihnen den Überblick über das aktuelle Wechselgeschehen im Markt: Wann und wie kommt es zum Wechsel? Oder weshalb bleibt man? Welche Ansprüche hat man an Anbieter in punkto Service und Produkte?

- › Groß angelegte Befragung von ca. **2.000 echten Wechslern & Kündigern**
- › Identifikation der Wechsler über ca. **7.500 Interviews** aus Zufallsstichprobe
- › Untersuchung des **gesamten Wechselprozesses**: vom Wechselanstoß über die Informationsbeschaffung bis hin zu den Abschlusskanälen
- › Zusatzwissen durch **aktuelle Marktrecherchen**

Die Studie untersucht die für Vertrieb und Marketing relevanten Momente und Ansprüche der Kundinnen und Kunden.

- › Was war der Anlass, erstmalig über den Wechsel nachzudenken?
- › Was waren letztlich die Gründe zu kündigen?
- › Was sind Gründe, z.B. trotz Preisanpassung zu bleiben?
- › Wie informierten sich Verbraucher über neue Anbieter?
- › Worauf legt man dort wert?
- › Wie lange will man bleiben? Wann ist der nächste Wechsel geplant?

Befragte Gruppen & Fallzahlen



ca. **2.000 Wechsler**
seit maximal 2 Jahren
beim Anbieter

ca. **5.000 Bestandskunden**
seit über 2 Jahren
beim Anbieter und
Vertrag ist ungekündigt

ca. **200 Kündiger**
Vertrag ist gekündigt; sind aber noch
nicht beim neuen Anbieter in der
Versorgung – sie werden anschließend
zu „Wechslern“ gemäß dieser
Klassifikation

Identifikation Wechsler & Kündiger

Wechsler werden anhand Ihrer Antworten zur aktuellen Kundenbeziehung identifiziert. Sie werden nicht direkt gefragt, ob Sie gewechselt haben.

Wird mit **Erdgas** geheizt?
Bezahlt man dies **direkt** an den Versorger und nicht über Nebenkosten? → Zuordnung „Gasdirektkunde“

Abfrage Aktueller Stromversorger
und **Gasversorger** (bei Gasdirektkunden)
bei Wechslern zusätzlich: frühere Anbieter
bei Kündigern zusätzlich: zukünftiger Anbieter

Dauer, seit der man beim Versorger ist
(Vertragsdauer und gesamte Kundenbeziehung)

Status Energievertrag: laufend, anbieterseitig oder kundenseitig gekündigt

➔ Zuweisung zu den Gruppen Wechsler, Bestandskunde oder Kündiger und Interviewstrang „Strom“ / „Gas“

**= über 7.500 befragte
Energiekunden für verlässliche
und detaillierte Analysen!**

Multi-Frame-Ansatz
Befragte werden über Online-Panel,
Festnetz und Mobilfunk rekrutiert - für hohe
Repräsentativität

Fragen: Kundenbeziehung, Wechsel & Vertrag

	Wechsler	Bestandskunden	Kündiger
Anstoß zum Wechsel & primäre Wechselgründe	●		●
genutzte Informationskanäle für die Entscheidung	●		●
Auswahlkriterien beim neuen Anbieter	●		●
genutzter Wechselkanal und Wechselmedium sowie Zufriedenheit hiermit	●		●
Vertrag: Alter und Bestandteile wie z.B. Preisgarantie, Öko, Boni	●	●	●
Preisanpassungen: Erhalt, Höhe, Reaktion	●	●	●
Kundenbindung: Beziehungsdauer, Bleibeabsicht, Wechselpläne, Empfehlungsbereitschaft, Zufriedenheit	●	●	●
Bindungsmotive: Rationale und emotionale Gründe zu bleiben		●	
Sonderthemen: wechselnde Themen, siehe nächste Seite	●	●	●
Haushalt und Kunde: Soziodemographie, Strom- und ggf. Gas-Kosten	●	●	●

Neue und fortgeführte Sonderthemen in 2026

1. Cross Selling-Aktivitäten und -Erfolge

Überblick über Angebote wie Beratungen, Smart Home, PV, Wallboxen, Internet und Mobilfunk

2. Kundenkommunikation

Präferenzen zu Kommunikationswegen inkl. Fokus auf digitale Wege und KI-Services

3. Dynamische Tarife

Kenntnisstand, Erhalt von Angeboten hierzu und Interesse



4. Treue- und Kundenbindungsprogramme

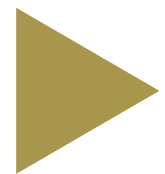
Angebote vom Versorger, Kenntnis und Nutzung für z.B. regionale Rabatte

5. Winback-Angebote

Erhalt von Bleibe- / Rückkehrangeboten und Offenheit für diese

6. Kostendruck & Versorgungssicherheit

Preisvergleiche, Einschränkungen, Vertrauen in Versorgung, CO₂-Bepreisung



Die «Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden» ist nicht nur das umfassende Standardwerk zur Analyse von Wechselprozessen im Energiemarkt.

Sie beobachtet zudem aktuelle relevante Trends im Markt!

Anfang des Jahres hatten wir eine Umfrage zu von EVU gewünschten Themen durchgeführt. Ihre Wünsche wurden bei der Themenpriorisierung berücksichtigt!

Ihr Nutzen

- › **Die „Vertriebskanalstudie Energie“ bietet einen Marktüberblick.**
 - › Marktanteile (neuer) Anbieter
 - › Marktanteile einzelner Vertriebskanäle
 - › differenziert nach sieben Anbietersegmenten
- › **Der gesamte Wechselprozess wird intensiv durchleuchtet.**
 - › Welche Anlässe führen dazu, dass Verbraucher sich mit einem Versorgerwechsel beschäftigen und was führt letztlich zur Kündigung?
 - › Wo informiert man sich über neue Anbieter? Worauf legt man Wert?
- › **Kunden geben Auskunft über ihre aktuelle Wechselbereitschaft.**
 - › Aus welchen Gründen wird der nächste Wechsel stattfinden?
 - › Halten Kunden derzeit die Augen offen?
 - › Wie reagieren sie auf Preisanpassungen?
 - › Welche Bedeutung haben die Preisbremsen
- › **Bindung, Präferenzen und Motive**
 - › Zukünftige Wechselabsicht oder auch Bleibeabsicht
 - › Gründe beim Anbieter zu bleiben
 - › Präferenzen zu Produkten und Anbietern

1 Vertriebspotenziale
ermitteln

2 Kundenbedürfnisse
verstehen

3 Kundenzentrierte
Angebote entwickeln

Vervollständigen Sie Ihr
Marktwissen durch Kombination
unserer Studien.



**Fokus: Wechselprozesse, Auswahlkriterien
und Vertriebswege Strom- und Gas-Angebote**

**Vertriebskanalstudie
Energie (VKSE)**

+

EDL-Kompass (EDLK)

+ weitere
Themenstudien* von
NORDLIGHT research
und Kreutzer Consulting

Fokus: Potenziale und Vertriebswege energetischer
Installationen und Services

* erhältlich zu Themen wie bspw.
Bündelprodukte, E-Mobility, Vergleichsportale, Wechseln



› Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2026 Impressionen aus vorangegangenen Studien

Studie Vertriebskanäle Energie Privatkunden
- Exemplant für Unternehmensname -
Transparenz im Wechselprozess | Juli 2025

Beobachtungszeitraum der Studie

Vertragsabschluss erfolgt

kanal	über das Internet	Haarstufe	In einer Filiale	Per Brief, Fax oder Telefon
kanal	• Versorgerwebsites • Online Werbung	• Eigener Außendienst • Deutscher Vertriebspartner	• Im Kundenzentrum des Versorgers	• Im Austausch mit dem Kundenservice
kanal	• Werbefläche (Print/TV) • Werbefläche (Radio) • Auf Themenseiten, z.B. bei Chatten	• Haus zu Haus • Personalisierte und zielgruppenorientierte, z.B. in Neuzugang oder Folgekategorien	• Filiale eines Vertriebspartners, z.B. • Mobilfunkgeschäft • • get. Markt • • mobile.com direkt	• Eine Fall Case eines Vertriebspartners (Kaufhaus am Telefon) • • Über Werbesendungen mit Auftragsmotoren • • etc.

Systematische Analyse des Energievertriebs

Management Summary (3)

Management Summary: Studien-Highlights

Wie viele der Kunden sind auf dem Weg zum Wechsel? (Anteil der Kunden, die den Wechselprozess abgeschlossen haben)

Wie genau haben Sie Werbung von Energieanbietern gesehen? (Anteil der Kunden, die Werbung von Energieanbietern gesehen haben)

Einleitung Marktentwicklung

Energienahe Dienstleistungen und Bündelprodukte

Plattformen und Online-Marktplätze

Befragungsergebnisse plus Deskresearch und Markteinschätzungen

Wechselanlässe: Modell der Wechselanlässe und -motivationen

Der gesamte Entscheidungsprozess wird analysiert

Preiserhöhungen in den letzten 6 Monaten (Gesamtmarkt, Ende 2020/Anfang 2021)

Strom und Gas werden untersucht

Schätzung aktueller Anbieterverteilung im Strommarkt

Analysen nach Anbietergruppen

Überblick: Wechsel-Motiv-Typ und Häufigkeit unter aktuellen Wechselern

Wechselmotiv-Typen, um Kunden zu verstehen

Zeit → Anstoß zum Wechsel (1/3)

Zeitreihen seit 2015

Strombörsen-Produkte für Privatkunden: Produkt neutral vorgestellt




Mit Sondertiteln am Puls der Zeit

+ Excel-Tabellenband

Bestellinformationen

Lieferumfang und Kosten der Studie ■ BASIS

Die Lieferung der Studie umfasst:

-  **Foliensatz** mit Diagrammen, Recherchen und Interpretationen (PDF-Dokument, Umfang ca. 250 Seiten)
-  **Tabellenband** mit Befragungsergebnissen getrennt für Gruppen (offenes Microsoft-Excel-Format)
-  Eine **Web-Kurz-Präsentation (1h)** ist kostenneutral buchbar. In dieser stellen wir die Studie und Kernergebnisse vor. Siehe auch Workshop / Lang-Präsentation.

Die Kosten für die «Vertriebskanalstudie Energie Privatkunden 2026» betragen 5.490,- Euro zzgl. Ust. Der reduzierte Frühbucherpreis beträgt 4.990,- Euro zzgl. Ust.

Frühbucher-Angebot

Die Nutzung dieses Angebot setzt voraus, dass die verbindliche Bestellung bis zum 15.05.2026 eingeht. Darüber hinaus ist das Angebot an die Vorauszahlung des Studienpreises 30 Tage nach Rechnungseingang gebunden.

Erhebungszeitraum und Liefertermin

Die Befragung findet im Zeitraum Mai 2026 statt. Die Auslieferung der Studie erfolgt voraussichtlich im Juli 2026.

Upgrade mit Workshop / Tages-Event



Sie möchten die Ergebnisse Kollegen und Management vorstellen? Sie schätzen externe Expertise?

Auf Wunsch bieten wir an, die Ergebnisse bei Ihnen vor Ort ausführlich zu präsentieren. Dabei besteht die Möglichkeit, sowohl die Gesamtergebnisse vorzustellen als auch eine zielgruppenspezifische Präsentation und Diskussion einzelner Themen durchzuführen. Gemeinsam diskutieren wir aktuelle Entwicklungen und Konsequenzen.

Paket +Plus: vierstündiger Workshop in Ihrem Hause zu im Vorfeld abgestimmten Themen

Paket ★Plus: ganztägiges Event in Ihrem Hause zu im Vorfeld abgestimmten Themen inklusive individuelle Empfehlungen für Ihr Unternehmen

Boost-Module



Upgrade: Regio-Boost & Individual-Analysen

Sie wüssten gerne genau, wie Verbraucher in Ihrem Vertriebsgebiet ticken?

In Ihrem Gebiet befragen wir mit dem gleichen Instrument online 300 Verbraucher (Kunden und Nichtkunden) basierend auf Postleitzahlen. Die Ergebnisse vergleichen wir mit dem Bundes-Benchmark. Sie erhalten einen rund **50seitigen Zusatzbericht** und einen zusätzlichen **Tabellenband** mit Ihren exklusiven Ergebnissen. Auf diese Weise lernen Sie die Besonderheiten Ihres Gebiets kennen.

Der **Regio-Boost** ist Bestandteil des Pakets **Deep Dive Regio** und kann auf Wunsch auch zu anderen Paketen dazugebucht werden.

Sie haben Fragen, die eine zusätzliche Analyse der Daten erfordern?

Ab **Paket +Plus** können Sie uns Fragen stellen, die eine zusätzliche Aufbereitung und Analyse der quantitativen Studien-Rohdaten erfordern. Der Umfang der **Individual-Analysen** beträgt 8h (Research Analyst). Sie erhalten die Ergebnisse in Abstimmung tabellarisch oder als Charts.



Beratungsleistungen

Sie möchten Energiedienstleistungen einführen oder energetische Komponenten für Gebäude vermarkten?

Wir bieten Ihnen basierend auf Ihren Bedürfnissen an:

- › Analyse der Bedürfnisse Ihrer Kunden und der Marktpotenziale
- › Entwicklung von innovativen Energiedienstleistungen für Bestands- und Neukunden
- › Entwicklung von Energiedienstleistungsangeboten als Stand Alone oder im Bündel mit Strom- oder Gas-Tarifen
- › Identifikation geeigneter Partner und Dienstleister sowie Bereitstellung von Lösungen für die Realisierung von Angeboten mit Non-Commodity-Elementen (Wärmepumpen, Photovoltaik, Energieberatung etc.)

Preis basierend auf individuellem Angebot

Pakete



	■ BASIS	+ PLUS	★ PRO	↘ Deep Dive Regio
Studie mit Diagrammen und Marktanalysen	●	●	●	●
Tabellenband mit Befragungsergebnissen im Microsoft-Excel-Format	●	●	●	●
Web-Kurzvorstellung ausgewählter Ergebnisse via z.B. Teams, ⌚ 1 h ¹⁾	●	●	●	●
Individual-Analysen zu Ihren Fragen ¹⁾ <small>Wir analysieren für Ihre Fragen die bestehenden Befragungsdaten deskriptiv, Umfang: 8 h Research Analyst.</small>		●	●	●
Workshop zu ausgewählten Themen in Ihrem Hause, ⌚ 4 h ¹⁾		●		●
Tages-Event zu ausgewählten Themen in Ihrem Hause, ⌚ 8 h ¹⁾			●	ab 1.600 €
Key Learnings und individuelle Empfehlungen			●	●
Regio-Boost mit Zusatzerhebung in Ihrem Vertriebsgebiet ²⁾ <small>300 Energieentscheider (Kunden und Nichtkunden) werden mit dem Befragungsinstrument in Ihrem Gebiet befragt. Sie erhalten einen Zusatzbericht, der Ihr Gebiet mit dem Bundesgebiet vergleicht.</small>	bei Zubuchung +7.900 €	bei Zubuchung +7.900 €	bei Zubuchung +7.900 €	●
Reguläre Preise (zzgl. Ust.)	5.490€	8.490€	11.890€	18.490€
Frühbucherangebot bis 15.05.2026	4.990 €	7.690 €	10.690	16.990

Nutzungsbedingungen 1) Die jeweilige Leistung kann innerhalb von 12 Monaten ab Bestellung genutzt werden. 2) Die Durchführbarkeit des Regio-Boost wird vor verbindlicher Bestellbestätigung durch uns anhand Ihrer PLZ-Liste geprüft, da das Gebiet eine gewisse Mindestgröße an Haushalten benötigt. Der Regio-Boost ist auch einzeln zu den Paketen Basis, Plus und Pro buchbar.



Vertriebskanalstudie Energie und EDL-Kompass PK 2026

Bestellung an info@kreutzer-consulting.com

Hiermit bestelle ich eine oder beide Studien in der jeweiligen Variante zum Preis pro Studie von jeweils:

Vertriebskanalstudie Energie 2026 Privatkunden



**Frühbucher-Aktion
bis 15.05.2026**

«BASIS» für 4.990 € *
statt regulär 5.490 €

«PLUS» für 7.690 € *
statt regulär 8.490 €

«PRO» für 10.690 € *
statt regulär 11.890 €

«Deep Dive Regio» für 16.990 € *
statt regulär 18.490 €

EDL-Kompass Privatkunden 2026

«BASIS»
für 5.490 € *

«PLUS»
für 8.490 € *

«PRO»
für 11.890 € *

«Deep Dive Regio»
für 18.490 € *

* Alle Preise zzgl. Ust. Die genannten Preise gelten jeweils für eine Studie. Sie können das Paket pro Studie beliebig wählen. **Bündelrabatt:** Bei Bestellung beider Studien gewähren wir einen zusätzlichen Rabatt von 500 Euro.

Ort, Datum, Unterschrift

Kreutzer Consulting GmbH, Lindwurmstraße 109, 80337 München, Tel: 089-1890 464 0, E-Mail info@kreutzer-consulting.com

Empfänger und Rechnungsadresse

Frau Herr Divers

Vorname, Name:

Firma:

Abteilung:

Position:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

E-Mail-Adresse:

Die Bestellung ist für den Besteller bindend. Die Rechnungsstellung erfolgt mit dem Versand der Auftragsbestätigung. Die Lieferung der Ergebnisse erfolgt als PDF-Datei (Foliensatz) und xlsx-Dokument (Tabellenband) direkt nach Fertigstellung der jeweiligen Studie.

* Die Frühbucherpreise sind gültig für Bestellung, die bis zum Stichtag eingehen, und sind an die Vorauszahlung des Studienpreises 30 Tage nach Rechnungseingang gebunden. Die Rechnungsstellung erfolgt nach Bestelleingang mit Zahlungsziel 30 Tage ohne Skonto. Sollte die Studie durch unser Verschulden nicht zugestellt werden, wird die Bestellung annulliert und der gesamte Frühbucherpreis erstattet.

Die Unternehmen hinter der Studie



Kreutzer Consulting

- › Kreutzer Consulting unterstützt Unternehmen bei strategischen und operativen Entscheidungen mit maßgeschneiderten Analyse- und Beratungsleistungen.
- › Unser Ziel ist es, die bestmöglichen Lösungen für die Fragestellungen unserer Kunden zu finden. Hierfür greifen wir neben unserem internen Know how auf ein Netzwerk spezialisierter Lösungspartner zurück.
- › Unser Leistungsspektrum umfasst neben Studien und Reports vor allem individuelle Analyse- und Beratungsleistungen zu Strategie, Vertrieb, Produktentwicklung und in neuen Geschäftsfeldern. Ebenso unterstützen wir bei der Anbahnung von Kooperationen oder beim Erwerb / Verkauf von Kundenportfolien / Beteiligungen.



NORDLIGHT research

- › NORDLIGHT research ist ein Full-Service-Institut für Marktforschung. Wir konzipieren Marktforschungsstudien, führen diese mit spezialisierten Feldpartnern durch und liefern Ergebnisse mit Handlungsempfehlungen.
- › Unsere Philosophie ist die individuelle Umsetzung Ihrer Projekte mit intelligenter Methodik. Die NORDLIGHT research GmbH wurde Anfang 2007 gegründet. Firmensitz ist Hilden bei Düsseldorf.
- › Im Energiemarkt unterstützen wir Versorger seit 2008 mit thematischen Eigenstudien und Auftragsarbeiten in den Bereichen Beziehungsmanagement, Marketingkommunikation und Produktentwicklung.

Ihre Ansprechpartner



Kreutzer Consulting

KREUTZER Consulting GmbH



Klaus Kreutzer
Geschäftsführer

Lindwurmstraße 109
80337 München

tel +49 (0) 89 1890464-22

mail: kk@kreutzer-consulting.com
web: www.kreutzer-consulting.com

NORDLIGHT research

NORDLIGHT research GmbH



Thomas Donath
Geschäftsführer

Elb 21
40721 Hilden

tel +49 (0) 2103 25819-22

mail: thomas.donath@nordlight-research.com
web: www.nordlight-research.com

