

Das Wechselverhalten von Privathaushalten im Strommarkt

Munich Business School Working Paper

2003-02

Carsten Rennhak

Munich Business School

Elsenheimerstrasse 61

D-80687 Munich

E-Mail: Carsten.Rennhak@munich-business-school.de

Marion Halfmann

Fakultät für Informatik und Ingenieurwissenschaft

Fachhochschule Köln

Zoltan Bakay

Schwaiger & Partner

Im Gegensatz zu der Euphorie, die nach dem 1.1.1998 auf dem deutschen Telekommunikationsmarkt herrschte und dem damit einhergehenden Boom von Call-by-Call-Produkten, zeigen sich private Haushalte in Deutschland beim Wechsel ihres Stromversorgers trotz aufwendiger Werbemaßnahmen und offensichtlicher Preisvorteile noch sehr zurückhaltend. Im Rahmen unserer Marktstudie nannten 80% der befragten Privathaushalte¹ den Preis als ausschlaggebend für einen möglichen Wechsel – dennoch gaben trotz zahlreicher Billiganbieter auf dem Markt weniger als 5% der Interviewten an, tatsächlich bereits den Anbieter gewechselt zu haben. Das Ergebnis zeigt, dass neben möglichen Einsparpotentialen im Privatkundenmarkt noch weitere Kriterien für einen Wechsel maßgeblich sein müssen; die Untersuchung stellt deshalb neben dem Aspekt des "Preisbewusstseins" auch die Faktoren "Bedeutung von Kundenservice" und "Fortschrittlichkeit" als potentielle kaufrelevante Kriterien in den Mittelpunkt.

Untersuchungsdesign

Aus der angeführten Studie wurden elf Indikatoren zur Operationalisierung der genannten Faktoren ausgewählt. Abbildung 1 gibt einen Überblick über die einbezogenen Fragestellungen und deren Kurzbezeichnungen bei der Verwendung der LISREL-Software²:

¹ Datenbasis ist eine telefonische Befragung von 579 zufällig ausgewählten Privathaushalten.

² LISREL (Linear Structural Relations) ist ein konformatorisches Verfahren der Kovarianzstrukturanalyse und untersucht kausale Zusammenhänge zwischen latenten, d.h. nicht direkt beobachtbaren Variablen. Der Ansatz beruht gedanklich auf der Faktorenanalyse sowie der Regressionsanalyse und fügt diese beiden Verfahren in einem Konzept zusammen. Vgl. dazu z.B. *Jöreskog, K. G.; Sörbom, D (1988)*.

| Frage | Kurzbezeichnung ³ | Antwortmöglichkeiten |
|--|------------------------------|--|
| Planen Sie, Ihren Stromanbieter noch in diesem Jahr zu wechseln? | pl_wech | - Nein (1) - Eventuell (2) - Ja (3) |
| Haben Sie bereits Ihren Stromanbieter gewechselt? | ha_wech | - Nein (1) - Ja (2) |
| Wie wichtig wäre (bzw. war) Kundenservice bei der Entscheidung den Anbieter zu wechseln? | ser_gru | - Völlig unwichtig (1) - Eher unwichtig (2) - Eher wichtig (3) - Sehr wichtig (4) |
| Wie wichtig ist Ihnen ein Energieberatungsangebot durch Ihren Stromversorger? | wi_bera | - Völlig unwichtig (1) - Eher unwichtig (2) - Eher wichtig (3) - Sehr wichtig (4) |
| Wie wichtig ist Ihnen regelmäßige Betreuung durch Ihren Stromversorger (z.B. Kundenzeitschrift)? | wi_betr | - Völlig unwichtig (1) - Eher unwichtig (2) - Eher wichtig (3) - Sehr wichtig (4) |
| Wie wichtig wäre (bzw. war) der Preis bei der Entscheidung den Anbieter zu wechseln? | pre_gru | - Völlig unwichtig (1) - Eher unwichtig (2) - Eher wichtig (3) - Sehr wichtig (4) |
| Sind Sie prinzipiell bereit, einen Stromvertrag am Telefon abzuschließen? | ber_tel | - Nein (1) - Eventuell (2) - Ja (3) |
| Sind Sie prinzipiell bereit, einen Stromvertrag per Internet abzuschließen? | ber_int | - Nein (1) - Eventuell (2) - Ja (3) |
| Nutzen Sie alternative Telefonanbieter? | alt_tel | - Nein (1) - Ja (2) |
| Nutzen Sie das Internet? | int_nutz | - Nein (1) - Ja (2) |
| Haben Sie sich bereits im Internet über Stromversorger und Tarife informiert? | info_int | - Nein (1) - Ja (2) |

Abbildung 1: Überblick über die verwendeten Fragestellungen

³ Variablen werden zur besseren Verständlichkeit durch Namen abgekürzt.

Auf Basis der vorgestellten Fragen sowie aufgrund erster Hypothesen zu den grundlegenden Zusammenhängen, lassen sich die vermuteten Zusammenhänge graphisch mittels eines Pfaddiagramms darstellen:

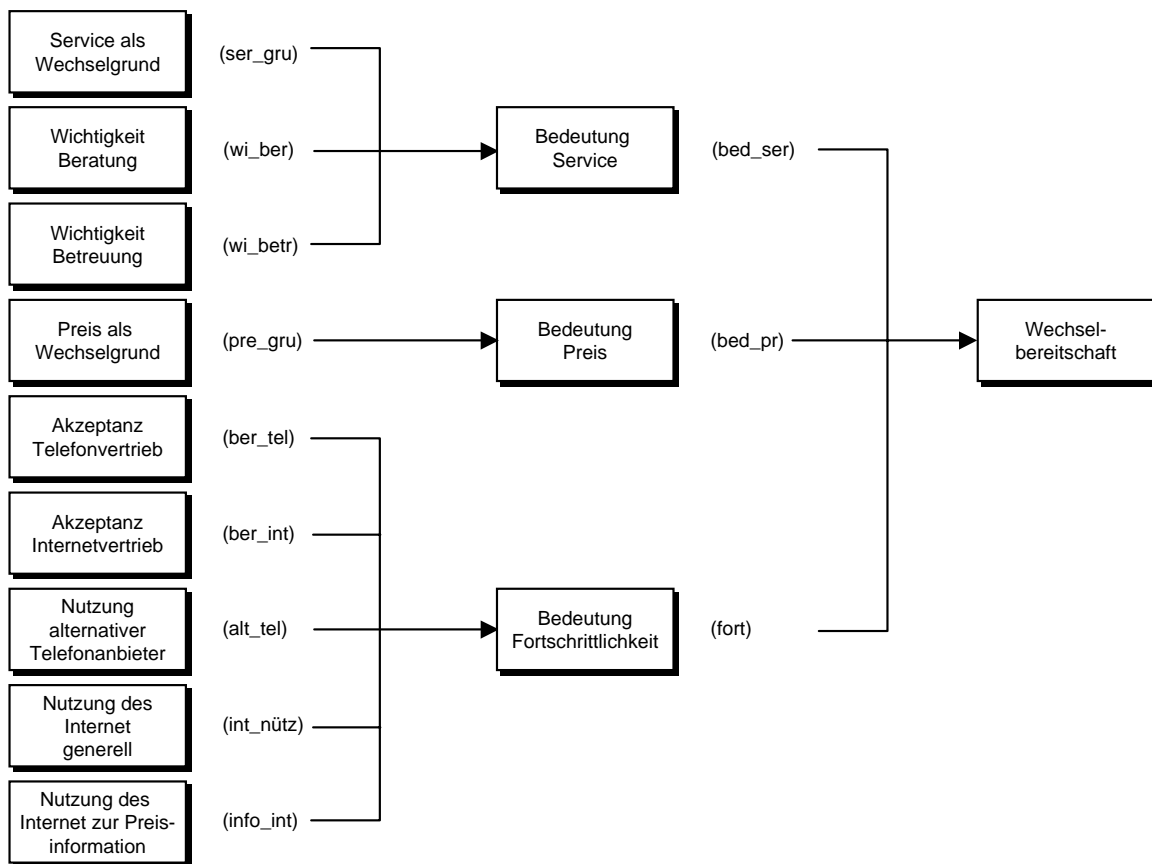


Abbildung 2: Pfaddiagramm

Im dargestellten Pfaddiagramm lassen sich die Beziehungen zwischen den eingeführten Indikatorvariablen durch lineare Gleichungen modellieren und so erste Lösungen zur Stärke des Zusammenhangs zwischen den Variablen ermitteln. Da alle elf Indikatoren ordinal skaliert sind, wird die zu analysierende Inputmatrix in Form einer Korrelationsmatrix bestimmt.⁴ Dies bedeutet gleichzeitig, dass die Indikatoren in standardisierter Form in der Analyse verwendet werden. Die Korrelationsmatrix⁵ zeigt Abbildung 3:

⁴ Zur Schätzung der Inputmatrix wurde das PRELIS-Programm verwendet, welches in der LISREL-Software enthalten ist. Zweck dieses Programms ist die Erzeugung von geeigneten Inputmatrizen für das eigentliche LISREL-Programm.

⁵ Für die Korrelation zwischen pl_wech und ha_wech wurde ein Wert von 0,9983 bestimmt. Gleichzeitig weist PRELIS darauf hin, dass der Wert für diese Korrelation nicht konvergiert und somit nicht richtig sein könnte.

| | pl_wech | ha_wech | ser_gru | wi_bera | wi_betr | pre_gru | ber_tel | ber_int | alt_tel | int_nutz | info_int |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|
| pl_wech | 1.00 | | | | | | | | | | |
| ha_wech | 1.00 | 1.00 | | | | | | | | | |
| ser_gru | -0.05 | -0.25 | 1.00 | | | | | | | | |
| wi_bera | 0.17 | 0.08 | 0.26 | 1.00 | | | | | | | |
| wi_betr | 0.00 | 0.03 | 0.29 | 0.56 | 1.00 | | | | | | |
| pre_gru | 0.20 | 0.13 | 0.30 | 0.20 | 0.11 | 1.00 | | | | | |
| ber_tel | 0.29 | 0.14 | 0.00 | 0.07 | -0.15 | 0.00 | 1.00 | | | | |
| ber_int | 0.32 | 0.13 | -0.07 | 0.03 | -0.29 | 0.06 | 0.61 | 1.00 | | | |
| alt_tel | 0.17 | 0.14 | 0.13 | 0.04 | -0.01 | 0.07 | 0.35 | 0.32 | 1.00 | | |
| int_nutz | 0.22 | 0.13 | 0.00 | -0.05 | -0.17 | 0.01 | 0.33 | 0.64 | 0.26 | 1.00 | |
| info_int | 0.33 | 0.33 | 0.06 | -0.03 | -0.11 | 0.00 | 0.23 | 0.52 | 0.18 | 0.67 | 1.00 |

Abbildung 3: Empirische Korrelationsmatrix

Auffällig in Abbildung 3 sind die negativen Korrelationen zwischen ser_gru⁶ und den beiden Indikatoren der latenten Variable „Wechselbereitschaft“. Dies deutet darauf hin, dass der Zusammenhang zwischen „Bedeutung Kundenservice“ und „Wechselbereitschaft“ sogar leicht negativ sein könnte.

Ergebnisse

Auf der Grundlage der ermittelten Korrelationen lassen sich Aussagen zum Zusammenhang zwischen den eingeführten Indikatoren, den Bedeutungen von Service, Preis und Fortschrittlichkeit sowie schließlich dem Wechselverhalten machen. Eingetragen in das vorgestellte Pfaddiagramm, stellt sich die ermittelte Lösung dar wie in Abbildung 4 veranschaulicht:

⁶ Service als Wechselgrund.

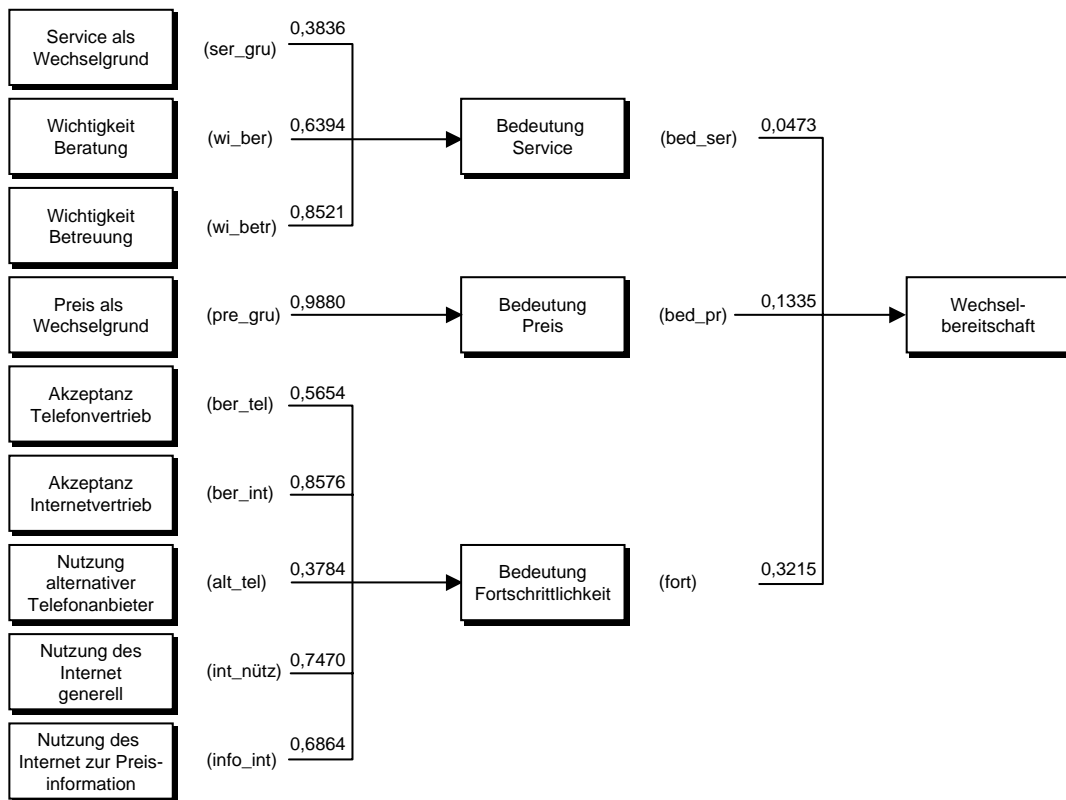


Abbildung 4: Pfaddiagramm (komplett-standardisierte Lösung)

Unter Berücksichtigung verschiedener Einschränkungen⁷ ergeben sich auf Basis des LISREL-Modells interessante Interpretationen hinsichtlich des Wechselverhaltens von Privatkunden:

- Den stärksten Einfluss unter den einbezogenen Variablen hat die hier als "Bedeutung Fortschrittlichkeit" bezeichnete Variable. "Fortschrittlichkeit" kann in diesem Zusammenhang als Konstrukt verstanden werden, dass die Aufgeschlossenheit von privaten Kunden für neue Kommunikationstechnologien umreißt. Bislang sind derartige Gesichtspunkte nur selten bei Untersuchungen zum Wechselverhalten explizit berücksichtigt worden; um so mehr überrascht der in dieser Studie ermittelte starke Zusammenhang zum Wechselverhalten, der sogar die Bedeutung von Preisunterschieden zwischen den Anbietern übertrifft.
- Auf der Grundlage des Modellergebnisses ergibt sich, dass der Einfluss des Kundenservice auf das Wechselverhalten von Privatkunden eher gering ist. Vor diesem Hintergrund sind die Bemühungen vieler Anbieter, durch Servicevorteile verstärkt Neukunden zu gewinnen, kritisch zu beurteilen. Investitionen in einen verbesserten Kundenservice haben vielmehr Berechtigung zur Bindung der bestehenden Kunden; als Argument für

⁷

Bei der Beurteilung des Modells darf nicht vergessen werden, dass bei dem angewendeten LS-Verfahren Werte unter Normalverteilungsannahmen berechnet wurden. Diese Kriterien sind also nur bedingt zur Messung des Modellfits geeignet. Außerdem wurde zur Analyse eine Korrelationsmatrix verwendet.

einen Anbieterwechsel kommt Serviceaspekten jedoch nur untergeordnete Relevanz zu.

- Insgesamt sind alle drei Variablen (Bedeutung Kundenservice, Bedeutung Preis, Bedeutung Fortschrittlichkeit) eher schlecht zur Erklärung des Wechselverhaltens geeignet. Dieses Ergebnis weist darauf hin, dass neben den drei angeführten Aspekten noch weitere Kriterien eine Rolle spielen, um Kunden zu einem Anbieterwechsel zu bewegen. Derartige Kriterien, die Bestandteil weitergehender Untersuchungen sein könnten, sind beispielsweise die Zufriedenheit mit dem bisherigen Anbieter oder die Höhe der monatlichen/jährlichen Stromkosten für den Einzelnen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Preisunterschiede zwischen Anbietern augenscheinlich nur eine geringfügige Rolle spielen. Lediglich die „Fortschrittlichkeit“ der Verbraucher vermag bisheriges Wechselverhalten zu erklären. Einer professionellen Preisgestaltung kommt dennoch eine hohe Bedeutung zu: durch eine entsprechende Preispolitik ist sicherzustellen, dass gewonnene Kunden nach erfolgtem Wechsel langfristig dem neu gewählten Versorger treu bleiben. Dies erfordert, den Preis als Kundenbindungsinstrument so einzusetzen, dass gerade für die sehr wechselwilligen, zukunfts-offenen Stromkunden langfristige Nutzenvorteile entstehen. In dieser Hinsicht kann beispielsweise ein Kundenbindungsprogramm, das langfristige Kunden durch attraktive Prämien belohnt als positiv eingestuft werden. Für die Kommunikationspolitik gilt es, gezielt die Medien zu nutzen, mit denen technikaffine und zukunfts-aufgeschlossene Kunden angesprochen werden können. Werbung via und zielgruppenadäquaten Publikumszeitschriften erscheint daher besonders geeignet. Selbstverständlich ist auch durch die Wahl adäquater Werbebotschaften der Adressatenkreis der fortschrittlichen Nutzer systematisch anzusprechen.

Literaturverzeichnis

Jöreskog, K. G.; Sörbom, D. (1988): LISREL 7 – A Guide to the Program and applications, 2. Auflage, Chicago.