

Angst vorm Dunkeln – Wechsler ohne Strom?

12.12.2012, 07:51 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH*

Trotz steigender Strompreise ist die Anbieterwechselbereitschaft in deutschen Haushalten eher gering. Ein Grund: Verunsicherung.

(ddp direct) Annähernd 600 Stromanbieter in Deutschland planen, zum Jahreswechsel ihre Preise für Privatkunden teilweise deutlich zu erhöhen (Quelle: Verivox.de). Durch die Liberalisierung des Strommarkts haben Verbraucher die Möglichkeit, mittels Anbieterwechsel den Preisanstieg abzumildern und damit von der Marktliberalisierung zu profitieren. Nach wie vor nutzen jedoch nur wenige diese Chance. Das zeigt der infas-Energiemarktmonitor, eine repräsentative Studie mit über 3.000 befragten Haushalten in Deutschland.

Der Wettbewerb auf dem Strommarkt kommt nur langsam in Bewegung. Immerhin 22 Prozent der deutschen Haushalte haben in den vergangenen zwei Jahren ihren Stromvertrag gewechselt. Häufig tatsächlich, um Geld zu sparen, aber auch, um künftig Ökostrom zu beziehen. Weitere 23 Prozent haben sich zwar über alternative Angebote informiert, sind aber letztlich ihrem Vertrag treu geblieben – oft aus Bequemlichkeit. Der Aufwand, den Vertrag zu wechseln, wird gescheut oder es wird kein rundum überzeugendes Angebot gefunden. Ähnliche Gründe führen jene 55 Prozent an, die noch gar keinen Wechsel in Betracht gezogen haben. Ihnen ist zudem häufig auch das Thema eher gleichgültig. Mehrheitlich geben sie an, mit ihrem bisherigen Anbieter zufrieden zu sein.

Gemeinsam ist den Nichtwechslern die Unsicherheit bei der praktischen Umsetzung, egal ob sie sich bereits informiert haben oder nicht: Geht der Wechsel reibungslos oder sitze ich zwischenzeitlich im Dunkeln? Klappt auch die Abrechnung? Und was passiert, wenn der neue, oft noch unbekannte Anbieter insolvent wird? Das sind nachvollziehbare Sorgen, ist doch ein zeitweiser Stromausfall erheblich schwerwiegender als Störungen bei Internet oder Mobilfunk – Bereichen, in denen der Wettbewerb schon weiter entwickelt ist. Dass diese subjektiven Befürchtungen objektiv wenig gerechtfertigt sind, spielt dabei keine Rolle.

Wenn im Strommarkt gegenwärtig knapp 80 Prozent der Haushalte in den vergangenen zwei Jahren im bestehenden Vertragsverhältnis verharren, kann der Wettbewerb deutlich Fahrt aufnehmen. Noch hat die Mehrheit der Haushalte einen Vertrag mit einem der Big Five (E.ON, RWE, Vattenfall, EnBW und EWE) oder den örtlichen Stadtwerken. Überregionale Billiganbieter oder spezialisierte Ökoanbieter wie beispielsweise Greenpeace Energie, Naturstrom oder Lichtblick haben bisher jeweils nur niedrige einstellige Marktanteile. Oftmals fangen die Marktführer die Wechselbereitschaft mit eigenen Ökostrom- oder Spezialtarifen ab. Der Wechsel innerhalb des bestehenden Anbieters wird von den Stromkunden offenbar mehrheitlich als sicherer empfunden.

Unter jenen, die bereits gewechselt haben, sind Vorreiter auszumachen: Tendenziell wechseln heute beispielsweise mehr große Haushalte. Das überrascht nicht, sind hier doch deutlichere Einsparpotentiale zu erwarten. Auch Haushalte mit höherer formaler Bildung und besserem ökonomischen Status sind wechselbereiter. Sie trauen sich das Prozedere offensichtlich eher zu. Im Gegensatz dazu bleiben Haushalte mit geringerer formaler Bildung oder geringerem ökonomischen Status ihrem Vertrag eher treu, obwohl sie oft besonders unter dem Strompreis leiden. Außer, ihnen wurde der Vertrag seitens des Anbieters gekündigt, was oft mit Zahlungsschwierigkeiten einhergeht. In dieser Gruppe, die insgesamt sechs Prozent der aktuellen Wechsler umfasst, sind sie häufiger zu finden.

Die Stromanbieter haben zahlreiche Optionen, um die brachliegenden Wettbewerbspotenziale zu heben: das eigene Profil schärfen, Transparenz schaffen und die Vorurteile hinsichtlich Preis und Funktionsunsicherheit abbauen. Marktführer sollten ihre bestehenden Kunden proaktiv auf günstigere oder eigene Ökostromangebote hinweisen, um Wechselwillige zu halten. Kleinere Anbieter können durch eine gute Markenkommunikation ihre Marktanteile erhöhen. Unabdingbar ist für sie zudem, die geringe Komplexität und die hohe Sicherheit bei einem Wechsel zu kommunizieren. Noch profitieren die Großen von der Unsicherheit und der langen Anlaufzeit mancher Verbraucher, aber wenn die

Konkurrenz ihre Lektion besser lernt, ist Spielraum für mehr Dynamik vorhanden.

Der Handlungsdruck zum Wechsel wird künftig steigen. Bereits heute sind die monatlichen Stromkosten für fünf Prozent eine sehr große und für 21 Prozent eine große Belastung. Für ein Viertel der Haushalte ist dieser Posten also mittlerweile ein Problem. Diese haben oder mussten zwar schon öfter wechseln als der Schnitt, aber auch in dieser Gruppe sind etwa 40 Prozent noch inaktiv – wobei hier ein Anbieterwechsel die Belastung durch steigende Strompreise nicht völlig kompensieren, aber so manches Mal mildern würde.

Über den infas-Energiemarktmonitor:

Der infas-Energiemarktmonitor ist eine repräsentative bundesweite Untersuchung in der Bevölkerung ab 18 Jahre, die gemeinsam von der infas GmbH und der infas geodaten GmbH, beide Bonn, durchgeführt wird. Die Studie umfasst zahlreiche Aspekte des privaten deutschen Energiemarkts. Themenfelder des infas-Energiemarktmonitors:

- differenzierte Marktanteile von Anbietern im Strommarkt,
- Marktanteile Ökostrom (reine Ökostromanbieter und Ökostromtarife bei klassischen Anbietern),
- Informationsverhalten bzgl. des Themas Strom und Wettbewerb,
- Wechselbereitschaft und -häufigkeit beim Stromvertrag innerhalb des Anbieters und zur Konkurrenz,
- Gründe für oder gegen den Wechsel ,
- Belastung durch den Strompreis differenziert nach Kundenmerkmalen.

Der Energiemarktmonitor wird von zwei Unternehmen durchgeführt: infas führt die bundesweiten telefonischen Befragungen durch. Dies waren 2011 als Grundlage für eine Regionalisierung etwa 20.000 Interviews. Im Herbst 2012 wurden rund 3.000 weitere Personen ab 18 Jahre zum Thema Stromwechsel befragt. Dabei wurde in beiden Fällen ein Dual-Frame-Ansatz gewählt: Um die etwas über 12 Prozent der Bevölkerung einzubeziehen, die nur noch mobil erreichbar sind, wurden für einen Teil der Befragung Handynummern kontaktiert. infas geodaten führte die mikrogeografische Regionalisierung der Studie durch. Die Studie wird periodisch wiederholt.

Charts zur Studie sind auf der Website von infas zu finden.

Portrait

infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH

infas ist ein privates und unabhängiges Sozial- und Marktforschungsinstitut, das Forschungs- und Beratungsleistungen für Unternehmen aller Branchen, für die Wissenschaft, die Verwaltung auf Bundes- und Länderebene sowie die Politik erbringt. infas ist eines der renommiertesten Forschungsinstitute in Deutschland und seit 1959 am Markt.

infas geodaten GmbH

Wissen, Wo: infas geodaten mit Sitz in Bonn ist seit 30 Jahren als Pionier im Geomarketing einer der Marktführer bei geographischen Zielgruppen- und Potenzialanalysen. Das Unternehmen bietet mit LOCAL[®] ein einzigartiges Geo- und Marktdatenportfolio auf allen geographischen Ebenen bis hin zum Haus. Eigene Softwareprodukte wie der MarktAnalyst ermöglichen professionelles Geomarketing.

News-ID: 685924 • Views: 646 (Stand: 07.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/685924/Angst-vorm-Dunkeln-Wechsler-ohne-Strom.html>