

Energieversorger fürchten Kundenkontakt

- Digitaler Dialog: Ranking von 79 EVUs
- Nur 58 Prozent in Facebook und 53 Prozent mit Newsletter
- Kein EVU ist rechtssicher oder mobiloptimiert

Waghäusel, 25.10.2016

Deutschlands Energieversorger haben Angst vor dem direkten Kundenkontakt. Und sie haben gute Gründe dazu: Alle haben rechtliche Mängel beim E-Mail-Marketing und keinem gelingt es, auf dem Smartphone alles richtig zu machen. Die neue Absolit-Studie hat 79 Energieversorger auf 46 Variablen zum digitalen Dialog analysiert.

Nur jeder zweite Energieversorger bietet Kunden und Interessenten den digitalen Kontakt an. 58 Prozent haben eine Facebook-Seite und 53 Prozent bieten E-Mail-Newsletter. 30 Prozent verweigern sich gar jeglichem digitalen Kundenkontakt und bieten weder Facebook noch Newsletter. „Das ist ein Armutszeugnis für eine kundenorientierte Branche“, kommentiert Studienautor Torsten Schwarz.

Dass 53 Prozent einen Newsletter anbieten, ist kein Anlass zur Freude: Bei über der Hälfte sind die Empfänger frustriert. Auch nach drei Monaten des Wartens haben 55 Prozent der Energieversorger noch keinen Newsletter verschickt. Die Scheu der EVUs ist vielleicht auch ganz gut so: 26 Prozent vergessen bei der Einwilligung die juristisch geforderte Bestätigung der Einwilligung (Double-Opt-in). Zum Vergleich: Im Handel arbeiten 97 Prozent der Unternehmen mit Double-Opt-in. Bei allen untersuchten EVUs konnten Mängel bei der Rechtssicherheit nachgewiesen werden.

Aber auch die 29 Prozent der EVUs, denen es gelingt, E-Mails zu versenden sind keine Glanzlichter. Keiner schafft es, fehlerfrei auch auf dem Smartphone eine gute Figur zu machen. 70 Prozent haben keine ordentliche Kurzzusammenfassung (Pre-Header) und 40 Prozent der E-Mails waren nicht richtig dargestellt. Und wer es dann doch geschafft hat, in der E-Mail etwas anzuklicken, erlebte am Ende die böse Überraschung: Jede fünfte Webseite war nicht für Mobilgeräte optimiert.

„Da gibt es noch viel Potenzial für engagierte E-Mail-Marketer“, meint Schwarz. Und weiter: „Statt über Digitalisierung zu theoretisieren, sollten die Führungskräfte deutscher Energieversorger ihren Marketingabteilungen Ressourcen freigeben, um die naheliegenden Hausaufgaben zu erledigen“.

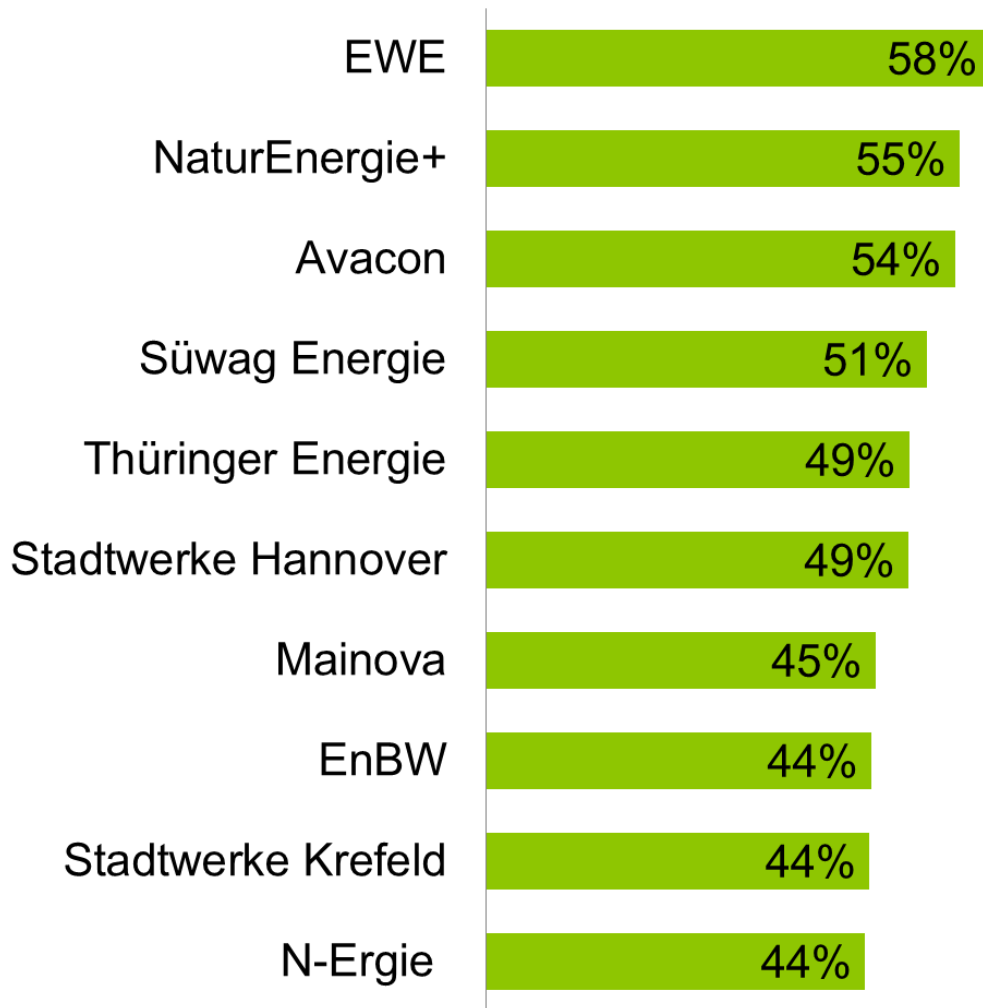
Die genannten und viele weitere Detailzahlen zum Status quo des digitalen Dialogs von Energieversorgern gibt es in der kostenlosen Kurzversion der Studie. Dort findet sich auch das Ranking der 79 untersuchten Unternehmen: www.absolit.de/evu.

Pressematerial:

https://www.dropbox.com/sh/hb3iftuhw6t83vi/AAB8HzUD27onmb6A_lrWDAGTa?dl=0

Absolit berät Unternehmen bei der Integration von E-Mail-Marketing. In Workshops vermittelt der Buchautor Torsten Schwarz aktuelles Praxiswissen. Er ist Herausgeber des Standardwerks „Leitfaden Online-Marketing“.

Pressekontakt: Nadine Brecht, Absolit Consulting, presse@absolit.de
Melanchthonstr. 5, D-68753 Waghäusel, Tel.: 07254/95170-0, <http://www.absolit.de>



© absolit

Abb. 1: Die Top 10 der Energieversorger im E-Mail-Marketing.

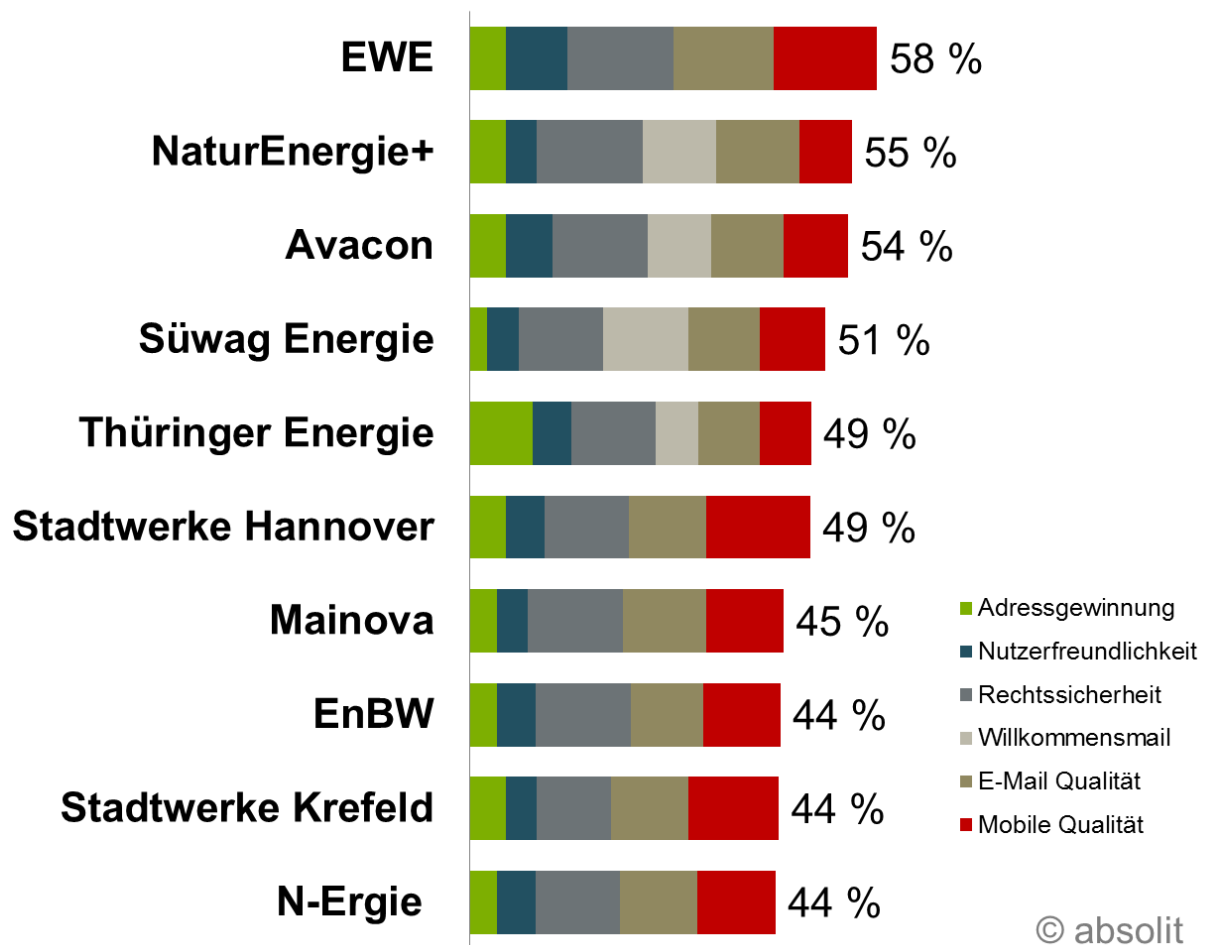
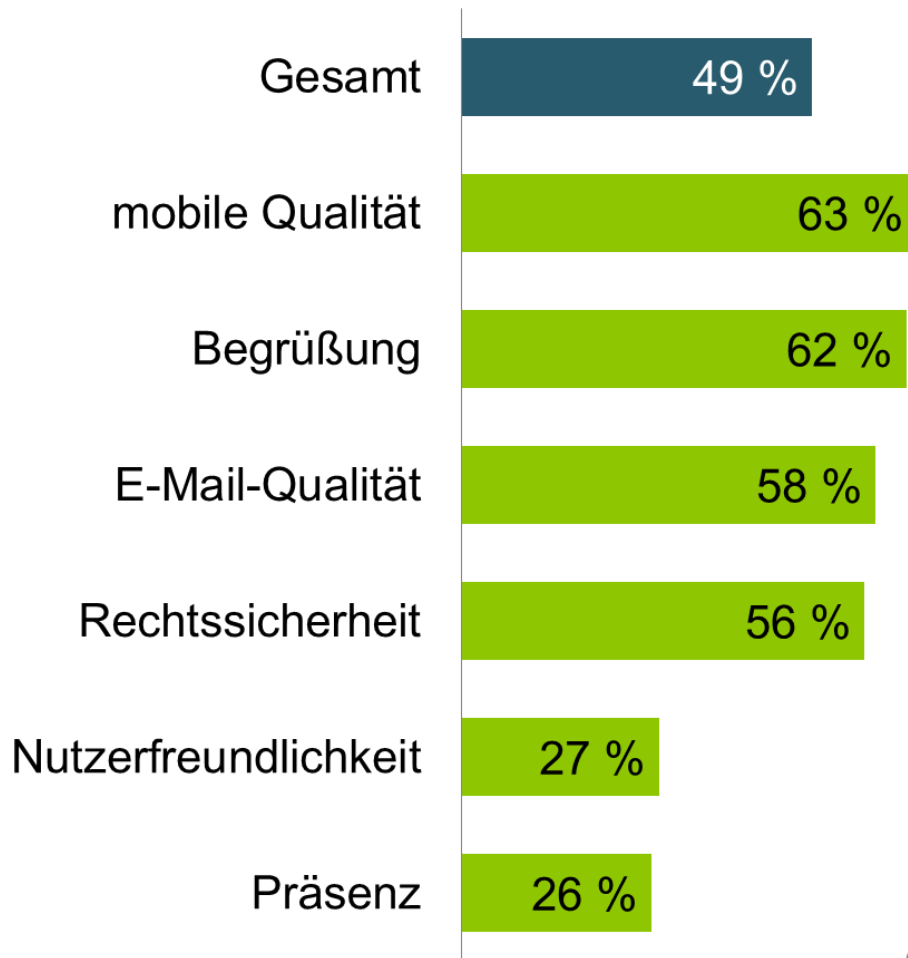


Abb.2: Top 10 der Energieversorger differenziert nach Kriterien.



© absolut

Abb.3: Ergebnisse der Übergeordneten Kriterien.