

Zieldimension Kunden und Gesellschaft

Reputation

Eine starke Reputation ist ein wesentlicher Faktor nachhaltigen Unternehmenserfolgs. Der gesellschaftlich gute Ruf eines Unternehmens spiegelt das Vertrauen der breiten Öffentlichkeit und relevanter Stakeholdergruppen in das kompetente und verantwortungsvolle Handeln eines Unternehmens wider.

Wir übernehmen Verantwortung für Wirtschaft und Gesellschaft und haben den Anspruch, Treiber der Energiewende zu sein. Damit möchten wir gesellschaftliche Akzeptanz gewinnen und unsere Reputation verbessern. Eine gute Reputation signalisiert die Bereitschaft der Gesellschaft und ihrer unterschiedlichen Anspruchsgruppen, mit dem Unternehmen zu kooperieren und in das Unternehmen zu investieren.

Es ist unser Ziel, unsere Reputation kontinuierlich weiter zu verbessern. Dreh- und Angelpunkt des Konzepts ist ein im Jahr 2017 auf Initiative des Vorstands eingerichtetes Stakeholderteam, in dem alle wichtigen Unternehmensbereiche vertreten sind, die direkt oder indirekt mit relevanten Anspruchsgruppen kommunizieren und im Dialog stehen.

TOP Reputationsindex

Gemessen wird die Reputation anhand der Top-Leistungskennzahl Reputationsindex mittels einer standardisierten Erhebung durch ein externes Marktforschungsinstitut. Die Messung erfolgt nach den Vorgaben des EnBW-Konzernstandards zu Marktforschung und Befragungen (Seite 45).

Top-Leistungskennzahl

	2019	2018	Veränderung in %	Prognose 2019
Reputationsindex	52,8	51,3	2,9	54,1

Unser Reputationsindex stieg im Berichtsjahr auf 52,8 Indexpunkte. Bei der B2C-Zielgruppe – den Kunden und der breiten Öffentlichkeit – ergaben sich die größten positiven Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr. Eine weitere positive Entwicklung ging von einer Imagekampagne der EnBW im Herbst 2019 aus, die vor allem die Sympathie stärkte. Den Zielwert für 2019 von 54,1 Punkten haben wir dennoch nicht erreicht. Die Werte großer Vergleichsunternehmen, deren Reputationsniveau unter unserem Wert liegt, haben weniger stark zugenommen als unsere Reputation. Mit anderen Worten: Wir haben unsere relative Position gegenüber großen Vergleichsunternehmen verbessert. Die Reputation von Stadtwerken und Regionalanbietern liegt generell deutlich über den Werten der EnBW und großer Vergleichsunternehmen. Mehr zu den Reputationsrisiken findet sich im Chancen- und Risikobericht auf Seite 103.

Nahe am Kunden

Wir wollen uns zu einem nachhaltigen und innovativen Infrastrukturanbieter entwickeln. Beispiele hierfür sind partnerschaftliche Kooperationsmodelle mit Kommunen, Stadtwerken

und Versorgern. Für unser Unternehmen bestehen zudem große Chancen, durch digitale Angebote und Lösungen neue Kunden zu gewinnen und zusätzlichen Umsatz zu generieren.

Ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist die Einführung der neuen vertrieblichen IT- und Prozesslandschaft **EnPower**. Nachdem im Vorjahr die Einführung bei Yello stattfand, wurde die Marke EnBW Mitte Juli 2019 umgestellt. EnPower ermöglicht einerseits eine verbesserte Interaktion zwischen den Kunden und den Marken und bildet andererseits die Grundlage für Digitalisierung, Automatisierung und Verschlinkung der Abwicklungsprozesse rund um die Stromversorgung.

Parallel zur Einführung von EnPower wurde auch die Website www.enbw.com überarbeitet und noch stärker kundenorientiert ausgerichtet. Dabei standen die Schaffung einer benutzerfreundlichen Oberfläche, eine klare Navigation und die Bereitstellung von besonders kundenrelevanten Informationen im Vordergrund.

TOP Kundenzufriedenheitsindex

Die Energiebranche trägt dazu bei, große gesellschaftliche Veränderungen voranzutreiben. Die neue Energiewelt bietet für uns erhebliche Chancen, die wir nutzen wollen. Unsere Kunden stehen dabei im Mittelpunkt. Durch vernetzte Produkte und neue Produktkombinationen, eine kontinuierliche offene Kommunikation und bestmögliche Servicequalität streben wir möglichst **langfristige Kundenbeziehungen** an. Denn Kundenbindung basiert auf einer hohen Kundenzufriedenheit. Deren Messung erfolgt nach den Vorgaben des EnBW-Konzernstandards zu Marktforschung und Befragungen. Der Kundenzufriedenheitsindex für EnBW und Yello wird auf Basis von Kundenbefragungen von einem externen Anbieter erhoben (Seite 45).

Top-Leistungskennzahl

	2019	2018	Veränderung in %	Prognose 2019
Kundenzufriedenheitsindex EnBW/Yello	116/157	120/152	-3,3/3,3	114–141/ 148–159

Die Zufriedenheit der EnBW-Kunden hat sich 2019 leicht abgeschwächt, erreicht aber mit 116 Punkten weiterhin ein gutes Niveau und liegt damit auch innerhalb der für 2019 prognostizierten Bandbreite von 114 bis 141 Punkten. Ein gutes Wertenniveau ist erreicht, wenn die Hälfte der Befragten angibt, mit der EnBW insgesamt besonders zufrieden zu sein. Das ist ab 114 Punkten der Fall. Ab 136 Punkten beginnt ein sehr gutes Wertenniveau. Als mögliche Ursache für die leichte Abschwächung des Kundenzufriedenheitsindex für die EnBW sehen wir zum einen eine zum Jahreswechsel 2018/2019 bei einem Großteil der befragten Kunden durchgeführte Preisanpassung. Darüber hinaus hatte die Umstellung auf die neue Plattform EnPower temporäre Auswirkungen auf die Serviceprozesse und könnte damit ebenfalls auf die Kundenzufriedenheit Einfluss gehabt haben.

Die Zufriedenheit der Yello-Kunden lag 2019 erneut auf einem hohen Niveau (157) und liegt damit am oberen Ende unserer Prognose (148–159). Im Vergleich zum Vorjahr ist der Wert von 152 auf 157 gestiegen. Zu diesem hohen Wert könnten nach unserer