



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Onlineshops für Energie: wenig Spannung im Einheitsmarkt



**Zehn Onlineshops für Energiebedarf präsentieren besonders im Bereich Konditionen überraschende Übereinstimmungen. Laut der ‚E-Shop-Analyse Energieanbieter 2015‘ verschafft sich Grünspar in mehreren Customer Touchpoint-Bereichen einen Vorteil. Auf elektrisierende Features muss der Kunde bei den untersuchten Onlineshops verzichten.**

*Esslingen am Neckar, 8. Dezember 2015* – Die Energieanbieter offerieren in ihren Onlineshops ein differenziertes Produktangebot. Der Umfang beträgt zwischen rund 500 und über 2700 Artikel, wobei Grünspar und Vattenfall über das breiteste Sortiment verfügen. Im Markenangebot sind sich die Anbieter überraschend einig: neun Shops bieten im Durchschnitt über 90 Prozent von der bedeutendsten Marken an. Die Hersteller Abus, Bosch, Brennenstuhl, Osram und Philips sind in allen zehn E-Shops vertreten. Einzig Vattenfall leistet sich hier einen Ausreißer mit einer Abdeckung von unter 50 Prozent.

Spätestens nach umfangreichen Preis- und Preisspannenvergleichen wird deutlich: neun Energieanbieter haben vielfach übereinstimmende Preise. Kooperationspartner Grünspar unterstützt diverse Onlineshops mit seinem eCommerce-Tool. Erstaunlich, dass die kooperierenden Onlineshops keine eigene Preisstrategie entwickeln. Einzig Vattenfall hebt sich deutlich in der Preisgestaltung ab.

Trotz der kooperierenden Gesellschaften gibt es dennoch Unterschiede. Die Shops unterscheiden sich überwiegend bei Servicefeatures, Serviceleistungen, Präsenz in Social Media oder Usability. Grünspar verschafft sich in mehreren Customer Touchpoint-Bereichen einen Vorteil.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „E-Shop-Analyse Energieanbieter 2015“ von research tools untersucht auf 162 Seiten die Onlineshops der zehn Energieanbieter Entega, eprimo, Grünspar, Stadtwerke Karlsruhe, Stadtwerke Kiel, Stadtwerke Münster, Switch, Vattenfall, Wemio und Yello. Entlang des Kundenpfads werden mit den vier Bereichen Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service sämtliche Customer Touchpoint-Bereiche der E-Shops analysiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse und ein Ranking runden die Studie ab. Eine Korrespondenzanalyse führt die Ergebnisse visuell zusammen und verdeutlicht die Positionierung der E-Shops im Wettbewerbsvergleich.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.  
Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 – 55090381  
Fax +49 (0)711 – 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)