



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Energiedienstleister setzen für den B2B-Bereich auf persönliche Beratung



Geschäftskunden haben für Energiedienstleistungen die Wahl aus einer Fülle von Produkten und Produktgruppen. Die Anbieter setzen auf ihre kompetente telefonische Kundenbetreuung.

Esslingen am Neckar, 22. Februar 2017 – Der Markt von Energiedienstleistungen für Geschäftskunden ist gekennzeichnet durch

eine breite Palette unterschiedlicher Produkte und Produktgruppen regionaler und überregionaler Anbieter. Die Portfolios der zehn analysierten Unternehmen umfassen dabei zwischen sieben und 34 Produkte. Als Energiedienstleister mit der größten Produktvielfalt präsentiert sich die EnBW. Anbieterübergreifend werden die Angebote Energie Audit und Solar / Photovoltaik am häufigsten, nämlich jeweils von sechs der zehn untersuchten Firmen, offeriert. Energiemanagement und Kraft-Wärme-Kopplung sind weitere überdurchschnittlich häufig geführte Leistungen. 38 der insgesamt 64 angebotenen Produkte sind nur jeweils bei einem Energieanbieter gelistet. Dies verdeutlicht die große Heterogenität und Unübersichtlichkeit der Angebote im Markt.

Aufgrund der Unübersichtlichkeit des Angebotes kommt der persönlichen Beratung erhebliche Bedeutung zu. Dafür sind die zehn Dienstleister pro Woche an 50 bis 96 Stunden telefonisch erreichbar, die Stadtwerke Düsseldorf gar rund um die Uhr. Beim persönlichen Gespräch zeigen sich die jeweiligen Serviceteams homogen auskunftsfreudig. Die Antwortqualität ist mit durchschnittlich 87 Prozent erfreulich hoch, ohne negative Ausreißer. Offenbar räumen alle Anbieter dem verbalen Kundenkontakt den Vorrang ein, denn bei Mailanfragen beantwortet die Hälfte der Anbieter keine der gestellten Fragen, die andere Hälfte beantwortet nur wenige.

Die meisten Kommunikationskanäle werden sporadisch genutzt. Nur der Anbieter EHA schaltete Suchmaschinenanzeigen. Und selbst über organische Suchtreffer zeigen die untersuchten Anbieter wenig Internetsichtbarkeit. In Social Media erfolgt eine Thematisierung von Energiedienstleistungen für Geschäftskunden vereinzelt. Mit der Veröffentlichung von relevanten Pressemitteilungen halten sich die untersuchten Unternehmen stark zurück.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Energiedienstleistungen für Geschäftskunden 2017" von *research tools* gibt auf 347 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter E.ON, EAM, EHA, EnBW, Enviam, RheinEnergie, Stadtwerke Düsseldorf, Stadtwerke Karlsruhe, Stadtwerke Leipzig, Stadtwerke Osnabrück. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

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

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