



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Fernwärme: Anbieter kommunizieren zurückhaltend



Energieanbieter kommunizieren ihr Produkt Fernwärme überaus zurückhaltend. In den Leistungsmerkmalen betont ein Großteil der Anbieter die Umwelt- und Wartungsfreundlichkeit.

Esslingen am Neckar, 19. Dezember 2018 – Da die einzelnen Fernwärmeprodukte an sich kaum Unterschiede mit sich bringen, erfolgt Abgrenzung gegenüber den Mitbewerbern im Wesentlichen über kommunizierte Leistungen. Alle zehn analysierten Anbieter setzen dabei auf das Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung, häufig anzutreffende Leistungsmerkmale sind ein geringer Betriebs- und Wartungsaufwand sowie Umwelt- und Klimafreundlichkeit. Einige Anbieter erwähnen zudem eine preisreduzierende Wirkung auf die Hausratversicherung oder staatliche Fördermöglichkeiten. Die STEAG hebt sich ab mit der höchsten Anzahl insgesamt beworbener Leistungen, die Stadtwerke thematisieren ihre Leistungsmerkmale durchgängig deutlich zurückhaltender. Bei den kommunizierten Leistungen generieren immerhin acht der zehn Anbieter Alleinstellungen.

Sowohl bei den zu entrichtenden Grund-, als auch bei den Arbeitspreisen, bewegen sich die Kosten der Anbieter innerhalb einer überaus breiten Spanne. Für eine bessere Vergleichbarkeit der konkreten Kosten helfen Nutzerprofile. Die sich dabei ergebenden durchschnittlichen Preisunterschiede zwischen günstigstem und teuerstem Anbieter sind mit rund 80 Prozent deutlich erkennbar.

In der Kommunikation des Fernwärmeprodukts üben die Anbieter Zurückhaltung. Unaufdringlich sind die rund 40.000 Euro innerhalb von zwölf Monaten an medialer Kommunikation, bescheiden der durchschnittliche Platzierungsrang 45 bei der Google-Suche zum Stichwort Fernwärme, dezent die 53 Postings, die sich auf nur wenige Anbieter verteilen. Allein auf Vattenfall entfallen davon 48. Vor diesem Hintergrund sind 1151 relevante Pressemeldungen in deutschen Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften eine beachtliche Anzahl.

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Fernwärme 2018" von *research tools* gibt auf 265 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter badenovaWÄRMEPLUS, EnBW, Innogy, Stadtwerke Dessau, Stadtwerke Hof, Stadtwerke Itzehoe, Stadtwerke Magdeburg, STEAG, Uniper, Vattenfall. 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.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/marketing-mix-analyse-fernwaerme-2018/>

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