



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Wärmestromanbieter fokussieren Produktmarketing



Anbieter von Wärmestromprodukten kommunizieren sparsam, die Fokussierung liegt auf dem Produktbereich. In der Summe offerieren die zehn Unternehmen 50 Tarife, 20 davon für Wärmepumpen. Vier Anbieter liefern Wärmestrom ausschließlich aus erneuerbaren Energien.

Esslingen am Neckar, 06. Dezember 2017 – Die Portfolios der zehn analysierten Unternehmen umfassen zwischen einem und 16 Wärmestrom-Produkte. Neckermann Strom erweist sich dabei als Anbieter mit der größten Produktvielfalt. Die meisten Anbieter unterscheiden bei ihren Produkten zwischen Strom für Wärmepumpen und Strom für Nachtheizspeicher sowie zwischen Eintarif- und Doppelzähler. Deutliche Unterschiede ergeben sich bei der Stromherkunft. Entega, Neckermann Strom, Stiebel Eltron und Vereinigte Stadtwerke beziehen den Wärmestrom ausschließlich aus erneuerbaren Energien. Bei den übrigen sechs Anbietern entstammen bis zu 59 Prozent des Stroms aus fossilen Energieträgern oder aus Kernkraft. Von den 50 analysierten Tarifen haben vier Fünftel eine Vertragslaufzeit von zwölf Monaten. Die in dieser Zeitspanne anfallenden Wärmestromkosten lassen sich über Nutzerprofile einfach ermitteln und vergleichen. Im Durchschnitt ist hier der teuerste Anbieter 25 Prozent teurer als der günstigste Anbieter, was sich, je nach Verbrauch, in einer Differenz zwischen 90 und 300 Euro niederschlägt. Entega, Grünwelt und NEW präsentieren sich in den zehn Profilen mindestens einmal als günstigster Anbieter.

Die Wärmestromanbieter verzichten überwiegend auf klassische Werbung und Pressemitteilungen. Etwas mehr Fokus legen sie auf Social Media-Kommunikation oder Suchmaschinenmarketing. Vier Anbieter posten regelmäßig produktrelevante Beiträge in den Social Media, vier Unternehmen machen mittels Suchanzeigen auf sich aufmerksam. Vor dem Hintergrund geringer Kommunikationsanstrengungen zeigen sich die Websites der Anbieter als wichtigste Informationsquelle mit Stromrechner und direkter Abschlussmöglichkeit. Die Präsenz in Vergleichsportalen kann sich als ein wichtiger Wettbewerbsvorteil erweisen. Fünf Anbieter sind in mehr als zehn der zwanzig untersuchten Vergleichsportale vertreten, E wie Einfach mit bester Präsenz.

Gemein ist allen Anbietern die Fokussierung auf den Produktbereich unter Vernachlässigung der Kommunikation. Potenzial zur Abhebung von den Mitbewerbern ist demnach vorhanden.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Wärmestrom 2017" von *research tools* gibt auf 308 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter E wie Einfach, Entega, Grünwelt, Innogy, meinheizstrom.de, Neckermann Strom, NEW Niederrhein Energie und Wasser, Stiebel Eltron, Vereinigte Stadtwerke, Yello. 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