



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Energiemarkt: Jüngere Kunden reagieren stärker auf Empfehlungen



**Das Internet ist der primäre Abschlussort für ein Energieprodukt. Beim Produktabschluss reagieren jüngere Kunden stärker auf Empfehlungen als ältere. Im Vergleich der Produktgruppen erfährt Ökostrom eine weit größere Akzeptanz als Biogas.**

*Esslingen am Neckar, 23. Juni 2020* – Die ‚Studie Kundenpfade Energie 2020‘ untersucht Produktnutzung und Wechselverhalten von insgesamt 1.647 Energiekunden. Unter den analysierten Produktabschlüssen zählen konventioneller Strom und Gas zu den aktuell am häufigsten genutzten Produktgruppen. Zudem fällt auf, dass der Ökostromanteil am Strom-Mix deutlich größer ist als der Biogasanteil am Gas-Mix.

Energieprodukte werden bevorzugt online abgeschlossen. Über die Hälfte der Abschlüsse werden über das Internet getätigt, entweder direkt beim Anbieter oder über Vergleichsportale. Rund ein Drittel der Abschlüsse entfallen auf Filiale oder Telefon. Diese etwas persönlicheren Abschlussarten sind beide bei Frauen beliebter als bei Männern.

Günstige Konditionen sind das häufigste Motiv beim Neuabschluss eines Energieprodukts. Für knapp ein Drittel der Kunden war dies der Motivationsanlass beim letzten Produktabschluss. Hierbei spielt das Alter eine auffallend große Rolle, denn je älter die Altersgruppe, umso stärker reagiert sie auf günstige Konditionen. Hingegen ist es bei der Betrachtung der Abschlussmotivation aufgrund einer Empfehlung genau umgekehrt. Sie wiegt bei Jüngeren stärker. Der Anteil liegt hierfür bei den 18- bis 24-Jährigen bei 16 Prozent und er geht zurück bis auf sechs Prozent in der Altersgruppe 65+. Ein weiteres Motiv beim Neuabschluss ist die Unzufriedenheit mit dem bisherigen Produkt. Hier gibt es nur geringe Unterschiede zwischen den Altersgruppen, der Wert liegt fast durchgehend bei elf Prozent.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Studie Kundenpfade Energie 2020‘ von *research tools* gibt auf 143 Seiten Einblick in Abschlussanlässe, Abschlussfrequenz, Produktnutzung, Soziodemografie und Wechselverhalten von 1.647 Energiekunden auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-kundenpfade-energie-2020>

#### **Der Studienherausgeber:**

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)