



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Studie Energiemarkt: Ökostrom wird in allen Altersklassen nachgefragt



Stadtwerke weisen im Energiemarkt die beste Kundenaus-schöpfungsquote auf. Die Akzeptanz für Ökostrom ist über alle Altersgruppen hinweg vorhanden.

Esslingen am Neckar, 28. Juli 2022 – Die ‚Studie Kundenpfade Energie 2022‘ untersucht Produktnutzung und Wechselverhalten von insgesamt 1.610 Energiekunden. Soziodemografische

Besonderheiten weisen gegenüber den Nichtkunden einen erhöhten Männeranteil aus. Zudem sind unter den Energiekunden die Altersklassen ab 45 Jahre überdurchschnittlich stark vertreten.

Innerhalb des Lifecycles ist konventioneller Strom sowie Ökostrom zumeist das zuerst genutzte Energieprodukt. Dabei ist aktuell die Verteilung dieser beiden Stromprodukte auf die unterschiedlichen Altersklassen überraschend ähnlich, die Anteile der einzelnen Altersklassen differieren um nicht mehr als ein oder zwei Prozentpunkte. Daraus lässt sich schließen, dass die Nachfrage nach Ökostrom über alle Altersklassen hinweg vorhanden ist.

In der Disziplin Kundenaus-schöpfung sind die Stadtwerke mit 87 Prozent die erfolgreichste Anbietergruppe. Damit entfallen nur 13 Prozent der von Stadtwerkekunden genutzten Energieprodukte auf Mitbewerber. Bei der Marke mit dem geringsten Ausschöpfungsgrad hingegen liegt die Ausschöpfungsquote bei lediglich 62 Prozent. Gain-Loss-Analysen, die mit ihrer Nutzungshistorie die gewonnenen, behaltenen und verlorenen Anteile an den Energiekunden darstellen, belegen ein ähnliches Ergebnis. Hier verzeichnen erneut die Stadtwerke die mit Abstand größten Anteile verbleibender Kunden sowie die geringste Verlustquote. Anbieter wie enviaM, Lichtblick oder MVV verzeichnen große Anteile von Kunden, die zum Anbieter hingewechselt sind.

Über die Studie:

Die ‚Studie Kundenpfade Energie 2022‘ von *research tools* gibt auf 147 Seiten Einblick in Abschlussanlässe- & -frequenz, Anbieterwahl, Bedenken, Präferenzen beim Abschlussort, Produktnutzung, Soziodemografie und Wechselverhalten von 1.610 Energiekunden auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-kundenpfade-energie-2022>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/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