



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Energiestudie: jeder Achte schließt über ein Vergleichsportal ab



**Im Energiemarkt ist der Online-Produktabschluss für eine Vielzahl an Kunden selbstverständlich. Eine beachtlich hohe Anzahl greift noch immer zum Hörer oder sucht die Filiale vor Ort auf.**

*Esslingen am Neckar, 18. November 2022* – Die ‚Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2022‘ analysiert Struktur und

Verhalten der Kunden von 14 Energieanbietern, Grundlage hierfür sind 2.000 Interviews. Erste Unterschiede zeigen sich in der Kundenstruktur. Die Kunden der Stadtwerke weisen hier das höchste Durchschnittsalter auf. Unter den großen vier Energiekonzernen ist die Spanne beim Durchschnittsalter mit zwölf Jahren überraschend breit, RWE-Kunden zählen dabei zu den Jüngeren.

Im Energiemarkt ist der Produktabschluss über Onlinemedien für viele selbstverständlich. Die Hälfte der Kunden schließt ein Energieprodukt online direkt beim Anbieter ab, zwölf Prozent gehen über ein Online-Preisvergleichsportal. Auffallend hoch ist daneben der Anteil der Kunden, die für den Produktabschluss das Gespräch suchen. Etwa jeder Dritte greift entweder zum Hörer, um telefonisch beim Anbieter das gewünschte Produkt abzuschließen, oder macht sich auf den Weg und sucht eine Filiale des Anbieters auf.

In der Kommunikation zwischen Energieanbieter und Kunde gibt es, sowohl beim aktiven, als auch beim passiven Kontakt diverse Möglichkeiten. Im Schnitt geht der Kontaktimpuls in 56 Prozent der Fälle vom Unternehmen aus, am häufigsten per E-Mail oder Post. Auf der Kundenseite hingegen ist der Anruf am beliebtesten, gefolgt von E-Mail und einem persönlichen Vor-Ort-Gespräch. Seltener nehmen die Kunden Kontaktmöglichkeiten per Chat wahr. Nur fünf Prozent der befragten Energiekunden haben diese Kommunikationsform via Website oder Social Media beim letzten Kontakt gewählt.

#### **Über die Studie:**

Die „Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2022“ von *research tools* gibt auf 121 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Energieanbietern auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews und 2.799 analysierten Energieproduktabschlüssen. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung und -loyalität, Abschlussabsicht und Empfehlungsquote zeigen die Unterschiede der Anbieter auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-energieanbieter-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](http://www.research-tools.net)  
[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)