

+++ E WIE EINFACH +++ ENTEGA +++ Grünwelt +++ Innogy +++ meinheizstrom.de +++ Neckermann +++
NEW +++ STIEBEL ELTRON +++ Vereinigte Stadtwerke +++ Yello +++ E WIE EINFACH +++ ENTEGA +++ Gr

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Wärmestrom 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2017

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Wärmestrom 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter von Wärmestromtarifen stellen zwischen einem und 16 Produkte zur Verfügung. Positionierung erfolgt dabei im Wesentlichen über die eingespeisten Stromarten und spezielle Produktfeatures.
- Die Analyse nutzerprofilabhängiger Jahrestarife weist einen Anbieter aus, der durchweg die höchsten Preise verlangt. Insgesamt drei Anbieter können erste Plätze generieren.
- Zwischen sieben und 13 unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zu Verfügung. Das Serviceteam eines Unternehmens ist rund um die Uhr telefonisch erreichbar.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes ist bei Telefonanfragen deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen.
- Nur vier Energieunternehmen schalten kostenpflichtige Suchanzeigen in Bing und/oder Google bei wärmestromrelevanten Suchanfragen.
- Sechs Anbieter nutzen Social Media-Kanäle zur Kommunikation produktrelevanter Inhalte. Zwei Anbieter heben sich deutlich ab mit einer hohen Anzahl an Postings.

Informationen zur Studie



➤ **Ø 4,8**
Wärmestromprodukte
pro Anbieter



Top-Präsenz in
Vergleichsportalen:

➤ **E WIE EINFACH**

Top-Service
beim Kundendienst:

➤ **Grünwelt**



häufig günstigster
Anbieter:

➤ **Grünwelt**

Promotion



Ø 15,6
Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.

Ø 10,9 Postings
in Social Media
pro Anbieter p.a.



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **308 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn Anbieter von Wärmestrom:

- E WIE EINFACH
- ENTEGA
- Grünwelt
- Innogy
- meinheizstrom.de
- Neckermann
- NEW
- STIEBEL ELTRON
- Vereinigte Stadtwerke
- Yello

Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:

E WIE EINFACH

starke Performance in Vergleichsportalen

ENTEGA

viele Produktfeatures

Grünwelt

günstige Tarife

Innogy

relevante Beiträge auf Twitter

meinheizstrom.de

Spezialist

Neckermann Strom

großes Produktportfolio

NEW

Konditionenstärke

STIEBEL ELTRON

kundenfreundliche Hotline-Betriebszeiten

Vereinigte Stadtwerke

Kundenportal

Yello

vordere Platzierungen in Suchmaschinen

Diese Studie analysiert überdurchschnittlich marketingaktive Anbieter der Branche. Basis der Anbieterauswahl ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Wärmestromanbietern

Produkt

- Portfolio
- Verfügbare Anlagen
- Strom Kennzeichnung
- Vertragsbedingungen
- Produktfeatures
- Alleinstellungen
- ...

Konditionen

- Preisrelevante Angaben
- Preissetzung
- Nutzerprofile
- Preispositionierung
- Preisgünstigkeit
- Preisoptik
- Nebenkonditionen
- ...

Distribution

- Vertriebskanäle
- Apps
- Hotline
- Websitefeatures
- Vergleichsportale
- Kontaktwege
- Mystery Calls
- Mystery Mails
- ...

Kommunikation

- Kundenmedien
- Werbespendings
- Präsenz in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media
- Pressemitteilungen
- USP- / Motivanalyse
- ...

Stärken- / Schwächenanalyse

Marketingranking

Marketing-Positionierung



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Wärmestrom 2017

Informationen zur Studie

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Strom-Kennzeichnung, Produktfeatures
- Preiswahrnehmung, Nutzerprofile, Preisniveau, Preispositionierung
- Positionierung in Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Präsenz in Social Media (Facebook, Google+, Twitter, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

Die Studie in Zahlen:

- detaillierte Analyse von 109 Wärmestromtarifen
- 4 Aspekte von Vertragsbedingungen
- 10 Nutzerprofile
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in 5 Mediengattungen
- 4 Social Media Kanäle

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im November 2017 erschienen.

Preis: Die 308 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	14
➤ Produkt	17
▪ Portfolio	21
Anzahl Produkte, verfügbare Anlagen	
▪ Strom Kennzeichnung	32
Erneuerbare Energien, Erdgas, Kernkraft, Kohle, sonstige fossile Energieträger	
▪ Vertrag	33
Laufzeit, Kündigungsfrist, Vertragsverlängerung, Sofortbonus	
▪ Produktfeatures	43
▪ Alleinstellungsmerkmale	61
➤ Konditionen	63
▪ Preiswahrnehmung	67
Preistransparenz, preisrelevante Angaben	
▪ Preissetzung	70
Nutzerprofile, Preisniveau	



Inhaltsverzeichnis

▪ Preispositionierung	75
Ranking, Preisdifferenzierung, Preisgünstigkeit	
▪ Nebenkonditionen	83
Hotline-Kosten	
▪ Preisoptik	84
Designfeatures, Beträge, Preisattribute, Usability	
▪ Alleinstellungsmerkmale	90
➤ Distribution	92
▪ Vertriebswege	98
Händler, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
▪ Vertriebsmodelle	99
Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪ Wechselprämie	101
▪ Website	102
Usability, Features	



Inhaltsverzeichnis

▪ Apps für mobile Endgeräte	106
▪ Kontaktmöglichkeiten Hotline, Filialen, schriftlicher Kontakt, Social Media	109
▪ Vergleichsportal-Marketing Vergleichsportale, Listungen, Platzierungen, Scoring	116
▪ Servicecenter-Performance Telefon 50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	121
▪ Servicecenter-Performance Online 50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	126
▪ Alleinstellungsmerkmale	137
➤ Kommunikation	139
▪ Website Slogans, Nutzenargumente	146
▪ Flyer und Prospekte Formate, Inhalte, Motive	156



Inhaltsverzeichnis

▪ Kundenmedien	160
Kundenmagazin, Newsletter	
▪ Werbung	161
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
▪ Suchmaschinen-Marketing	162
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	
▪ Social Media-Marketing	176
Blog, Forum, Facebook, Google+, YouTube, Scoring	
▪ Public Relations	206
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ USP-Analyse	216
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	231
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	244
▪ Alleinstellungsmerkmale	246
➤ Stärken und Schwächen	248



Inhaltsverzeichnis

➤ Marketingranking	262
▪ Produkt	265
▪ Konditionen	270
▪ Distribution	276
▪ Kommunikation	285
▪ Marketing-Mix gesamt	294
➤ Marketing-Positionierung	297
➤ Quellenverzeichnis	305
➤ Kontakt	307

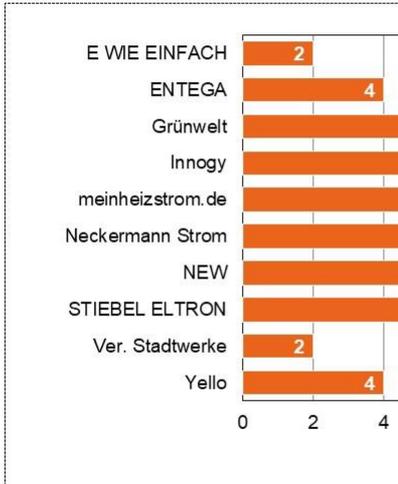


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt Portfolio

Anzahl der verfügbaren Wärmestromprodukte nach Anbieter



Quelle: research tools



Produkt

Leistung – Produktfeatures

Beworbene Produktfeatures der Anbieter

Anbieter	1	2	3
E WIE EINFACH	x		x
ENTEKA	x	x	x
Grünwelt	x		x
Innogy	x		x
meinheizstrom	x	x	x
Neckermann	x		x
NEW	x		x
STIEBEL ELT.	x	x	x
V. Stadtwerke	x		x
Yello	x		x

Quelle: Website der Anbieter



Welche Produktfeatures sind in den Tarifen enthalten?

Konditionen

Preissetzung

Jährliche Kosten für den Bezug von Wärmestrom nach Nutzungsprofilen (Angaben in Euro)

Anbieter	Profil				
	6	7	8	9	10
E WIE EINFACH	113,05	65,45	60,69	164,22	113,05
ENTEKA	94,02	51,17	54,74	133,28	122,57
Grünwelt	113,05	65,45	60,69	164,22	113,05
Innogy	94,02	51,17	54,74	133,28	122,57
meinheizstrom	113,05	65,45	60,69	164,22	113,05
Neckermann	94,02	51,17	54,74	133,28	122,57
NEW	113,05	65,45	60,69	164,22	113,05
STIEBEL ELT.	94,02	51,17	54,74	133,28	122,57
V. Stadtwerke	113,05	65,45	60,69	164,22	113,05
Yello	94,02	51,17	54,74	133,28	122,57

Quelle: Website der Anbieter



Marketing-Mix Analyse
Wärmestrom 2017

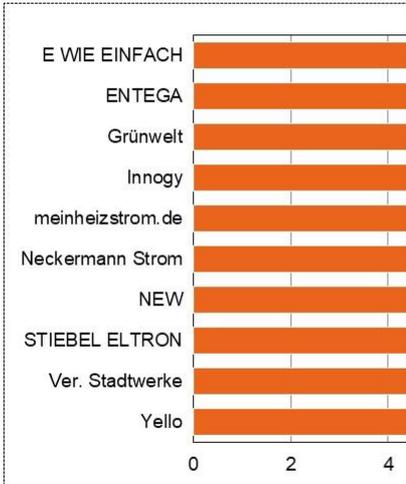
Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen Preiswahrnehmung

Anzahl der auf Online-Antragsformularen zu leistenden Angaben



Quelle: research tools



Distribution

Servicecenter-Performance Telefon

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in We schlei
E WIE EINFACH	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
ENTEKA	persönlich	-
Grünwelt	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
Innogy	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
meinheizstrom	persönlich	-

Quelle: res

tools

**Welche Stromanbieter über-
zeugen bei Kundenanfragen?**

**Mit welchen Websitefeatures
punkten die Anbieter?**

Distribution

Website

Websites-Features

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
E WIE EINFACH	x			x			x			x					x				x	x
ENTEKA	x			x		x	x			x					x				x	x
Grünwelt	x			x			x			x					x				x	x
Innogy	x			x		x	x			x					x				x	x
meinheizstrom	x			x			x			x					x				x	x
Neckermann	x			x		x	x			x					x				x	x
NEW	x			x			x			x					x				x	x
STIEBELELT.	x			x		x	x			x					x				x	x
V. Stadtwerke	x			x			x			x					x				x	x
Yello	x			x		x	x			x					x				x	x

Quelle: research tools



Marketing-Mix Analyse
Wärmestrom 2017

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
E WIE EINFACH		2		
ENTEKA				
Grünwelt				
Innogy		2	1	
meinheizstrom		2		
Neckermann				
NEW	1			
STIEBELELT.				
V. Stadtwerke		2	1	
Yello		2		

Quelle: research tools



Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation Presseeffizienz

Presseeffizienz
Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil



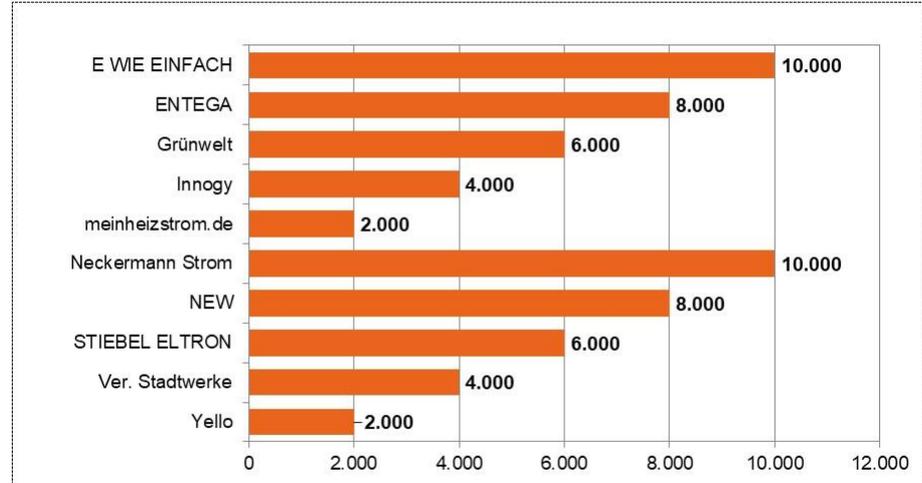
Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fach



Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Wärmestrom nach Anbieter von September 2016 bis August 2017 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix Analyse
Wärmestrom 2017

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

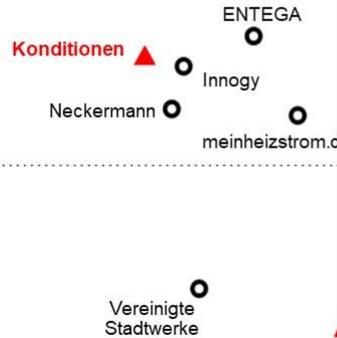
Anbieter	Faceb.	Google+	Twitter
E WIE EINFACH	20,0	20,0	40,0
ENTEKA	40,0	20,0	
Grünwelt	-	20,0	20,0
Innogy	-	-	
meinheizstrom	-	-	
Neckermann	20,0	20,0	
NEW	-	-	
STIEBELELT.	-	-	
V. Stadtwerke	-	-	
Yello	20,0	20,0	40,0

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen ** Presseartikel



Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

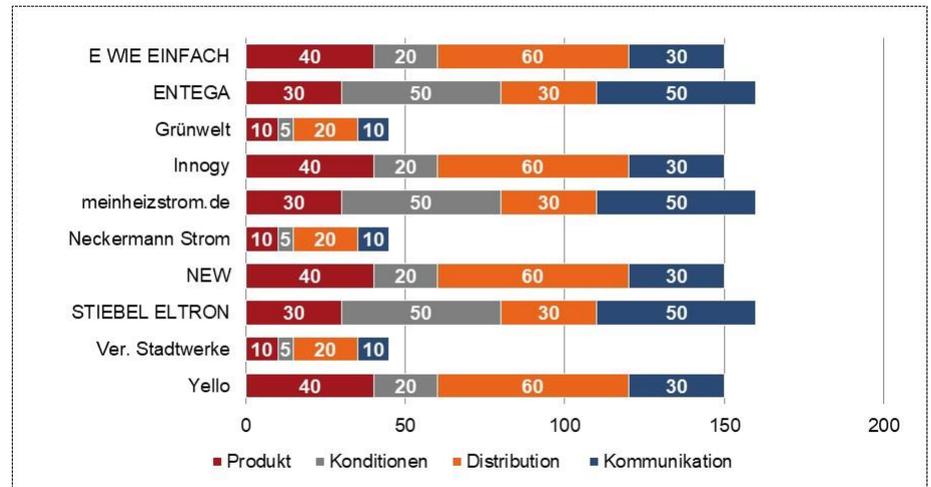


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



Welche Anbieter fokussieren die gleichen Marketingbereiche?



Marketing-Mix Analyse
Wärmestrom 2017

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die

Marketing-Mix-Analyse Wärmestrom 2017.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Energiebranche erschienen:

- Studie Vergleichsportal-Marketing Energie 2017
- Marktthemenradar Stadtwerke 2017
- Studie eVisibility Energie 2017
- Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2017
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2017
- Studie Sponsoring Energie 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Energiebranche erschienen seit 2014 14 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 35 Studien.

