

++ E WIE EINFACH +++ E.ON +++ EnBW +++ enviaM +++ eprimo +++ EWE +++ LichtBlick +++ MVV +++ RheinEnergie +++ RWE +++ Stadtwerke / regionale Energieversorger +++ Vattenfall +++ Yello +++ E WIE EIN

Studiensteckbrief

Studie Energiemarkt-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe ‚Einkommensstarke Haushalte‘ wird repräsentiert von Energiekunden, deren jährliches Haushalts-Bruttoeinkommen über 70.000 Euro liegt. 16 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher gehören dieser Personengruppe an.
- In der Zielgruppe ‚Einkommensstarke Haushalte‘ sind die mittleren Altersklassen überdurchschnittlich stark vertreten.
- Die Motive für einen Abschluss von Energieprodukten weichen bei der Zielgruppe der einkommensstarken Haushalte deutlich von denjenigen der Energiekunden insgesamt ab.
- Einkommensstarke Haushalte verfügen über eine höhere Frequenz beim Energieproduktabschluss als die Vergleichsgruppe.
- Ersatzabschlüsse eines Energieprodukts mit einem Anbieterwechsel sind in der Zielgruppe häufiger als in der Vergleichsgruppe.
- Bei den genutzten Produktkategorien der Zielgruppe zeigen sich klare Unterschiede zur Gesamtheit der Energiekunden. Auch bei den Abschlussorten für Energieprodukte gibt es beträchtliche Abweichungen.
- Die Gruppe der einkommensstarken Haushalte nutzt Nachrichtenseiten sowie Preisvergleichsseiten sehr viel häufiger als die Vergleichsgruppe.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe ‚Einkommensstarke Haushalte‘**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **8 Produktkategorien** und **13 Anbietern** im Energiemarkt

alle Information auf **70 PowerPoint-Seiten**

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

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für klare Marketingmaßnahmen in der Produktparte

Forschungsdesign:

- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Energiekunden in Deutschland
- 16 Prozent aus der Zielgruppe ‚Einkommensstarke Haushalte‘
- im Oktober 2022 erschienen

Preis:

- die 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.



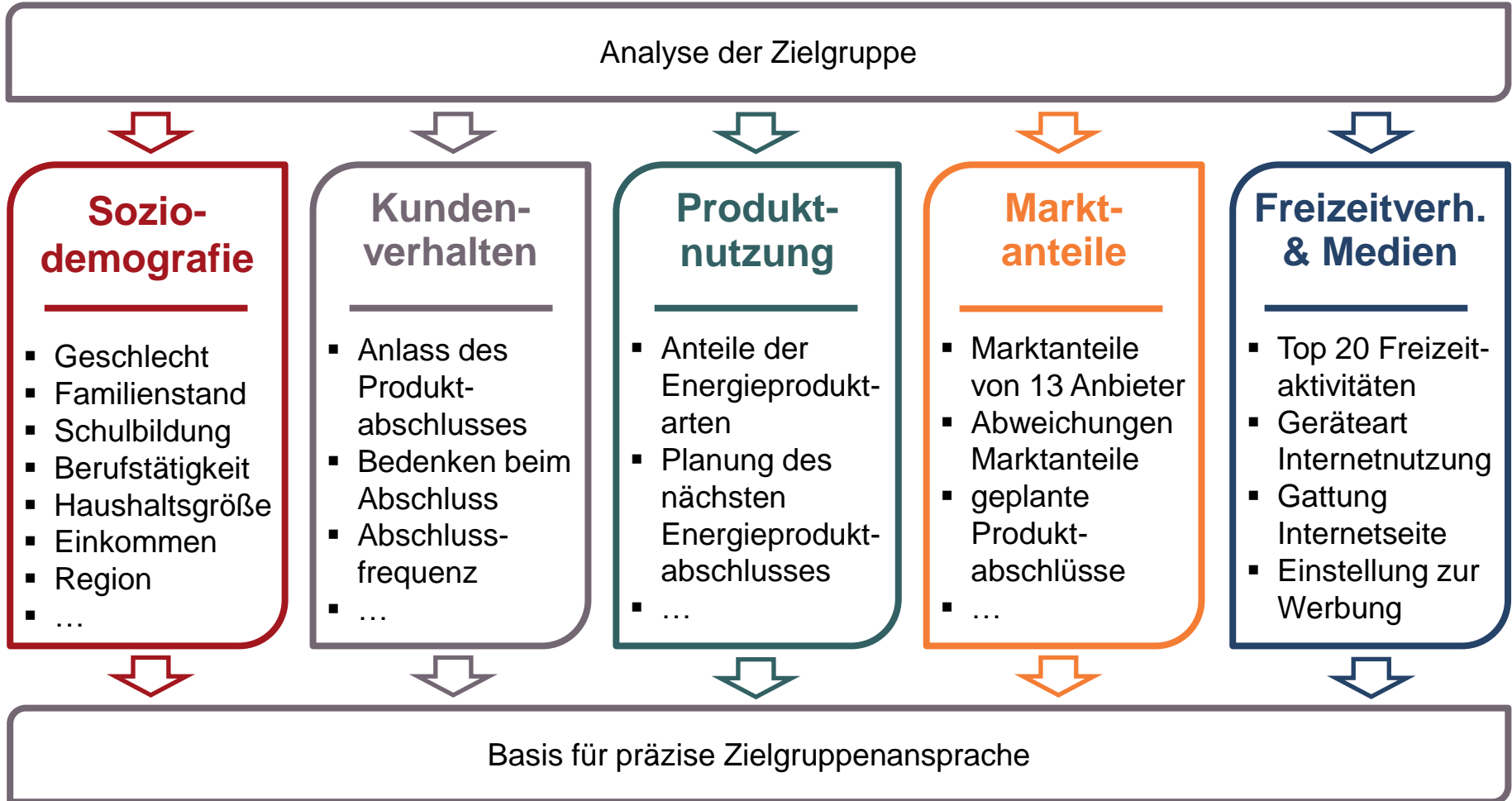
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

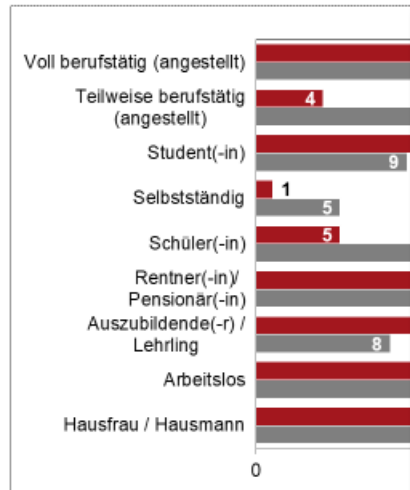
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie	13
Vergleich der Zielgruppe mit den Energiekunden insgesamt in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	24
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Energieprodukts, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt abgeschlossenen Energieprodukts, Frequenz der Produktabschlüsse	
➤ Produktkategorien	31
Aktuell genutzte Energieprodukte, letzte fünf abgeschlossene Energieprodukte, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile	
➤ Energieanbieter	37
Verteilung der Energieanbieter, Marktanteile der Energieanbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	46
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	54
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung genutzter Websites, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Energieanbieter	
➤ Kontakt	69

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

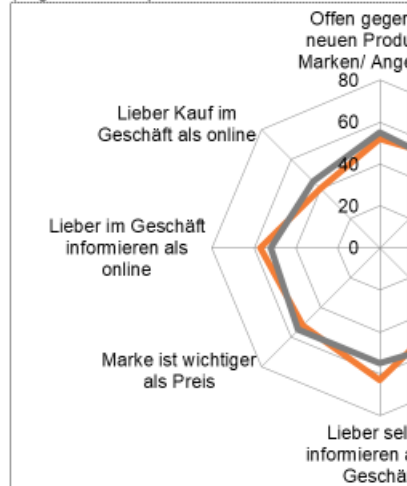


Fragestellung: Ihr Beruf?



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zur Vergleichsgruppe (Angaben als Top-2-Box-Werte, Stimme voll und ...)



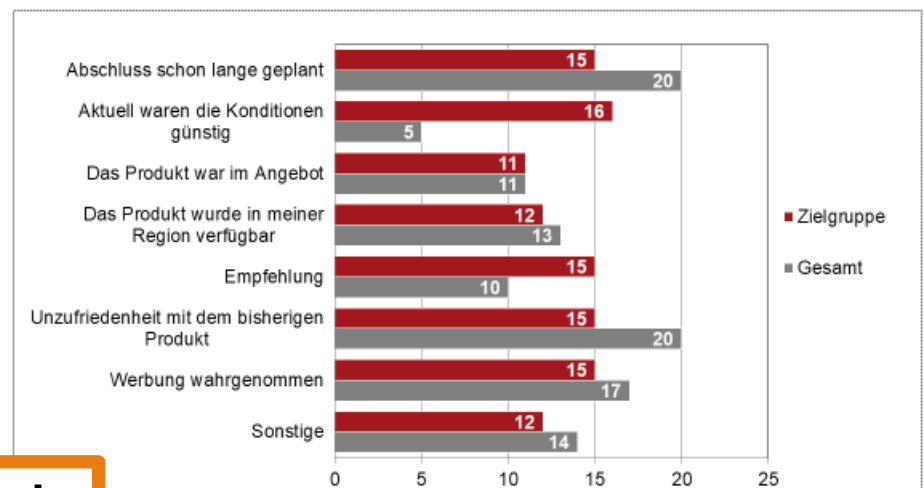
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Energieproduktabschlusses (Angaben in %)



Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Energieprodukt abgeschlossen? (Mehrfachantworten möglich)



Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

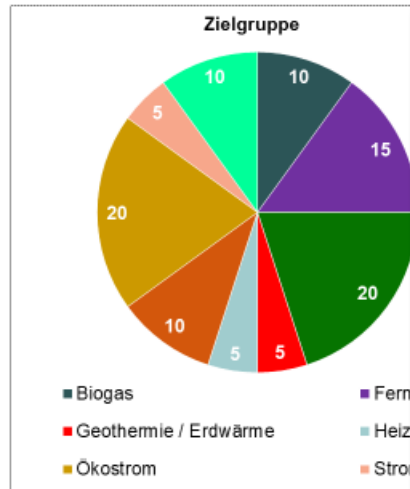
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktabschlüssen**¹ (Angaben in %)



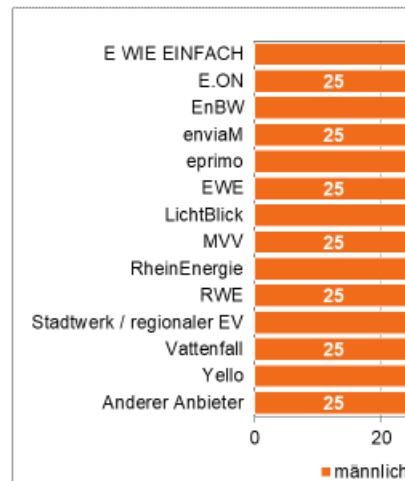
1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Studiensteckbrief
Zielgruppe Eir

Energieanbieter

Anteile der Geschlechter nach Energieanbieter in der Zielgruppe¹ (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie die oben genannten Produktabschlüsse (Energieanbieter); EV = Energieversorger

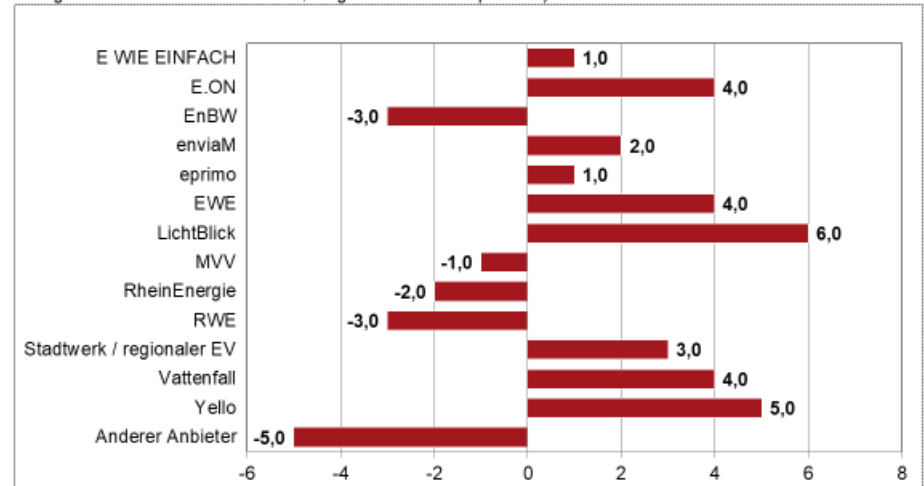


Studiensteckbrief
Zielgruppe Eir

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Energieanbietern?

Energieanbieter

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe¹ (geplanter Produktabschluss abzüglich letzte Produktabschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie die oben genannten Energieprodukte abgeschlossen haben. 1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse (Anbieter) geplanter Produktabschluss (Anbieter); EV = Energieversorger



Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

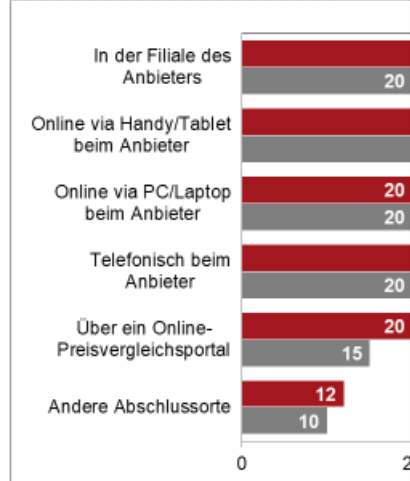
Welche Produktgruppen schließt die Zielgruppe verstärkt ab?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Verteilung der Energieproduktabschlüsse auf die Abschlussorte¹ (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)

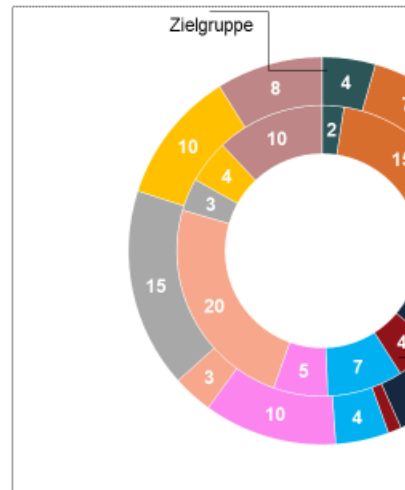


Fragestellung: siehe nächste Seite. 1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse bis zu fünf letzten Energieproduktabschlüssen einen online Abschl.

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



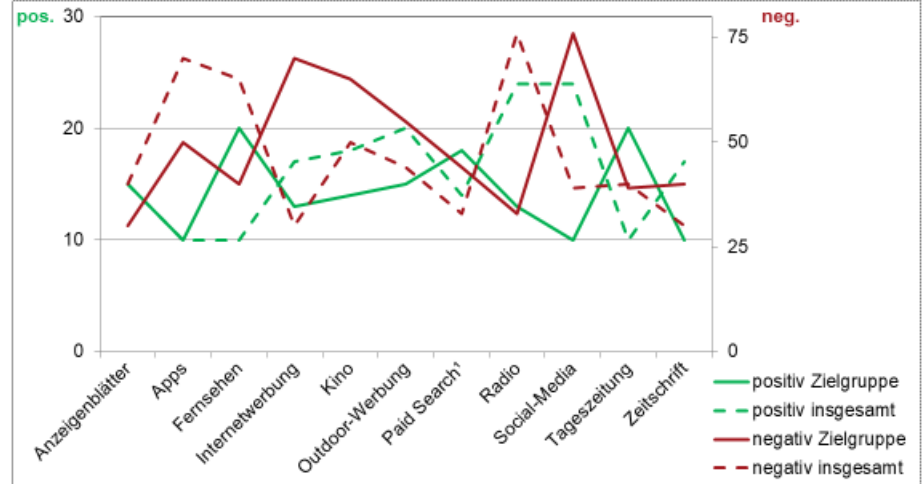
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zurechnen?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich); 1 Suchmaschinen-Anzeigen

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022

Welche Abschlussorte nutzt die Zielgruppe?

Bestellformular

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

E-Mail: ronja.inhofer@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 1.100 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Energiemarkt-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@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 eVisibility Energie 2022
- Studie Kundenpfade Energie 2022
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2022
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2022
- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2021
- Werbemarktanalyse Gasversorger 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Energiebranche wurden seit 2010 über 50 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind über 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

