

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

Studiensteckbrief

Studie Energiemarkt-Zielgruppe Fern- und Nahwärme 2026

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Fern- und Nahwärme 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Energiekunden?



Welche **Motivatoren** sind für Fern- und Nahwärmekunden beim Produktabschluss besonders relevant?



Zu welchen weiteren **Energieprodukten** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Anbieter** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



Wo schließen Fern- und Nahwärmekunden ihre Energieprodukte ab?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Fern- und Nahwärme 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

5%



Fern- und Nahwärmekunden
in der Online-Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte

- Fernwärme / Nahwärme
- Strom - konventionell
- Ökostrom

Kundenverhalten

23%

Abschluss aufgrund einer
Empfehlung

Anbieter

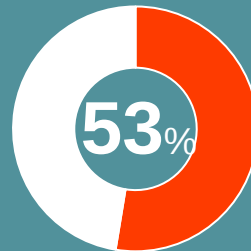
beliebteste Anbieter
(Marktanteil)

Stadtw./reg. EV

E.ON

Vattenfall

Abschlussorte



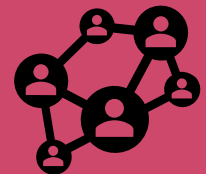
der Energieprodukt-
abschlüsse erfolgen
online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe
steht Werbung in

Sozialen Medien

überdurchschnittlich
positiv gegenüber



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Fern- und Nahwärme 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Fern- und Nahwärme**

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

Nutzung von **8 Produktkategorien** und **13 Energieanbietern**

alle Information auf **69 PowerPoint-Seiten**

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

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 5 Prozent aus der Zielgruppe Fern und Nahwärme
- im Juli 2026 erschienen

Preis:

- Die 69 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



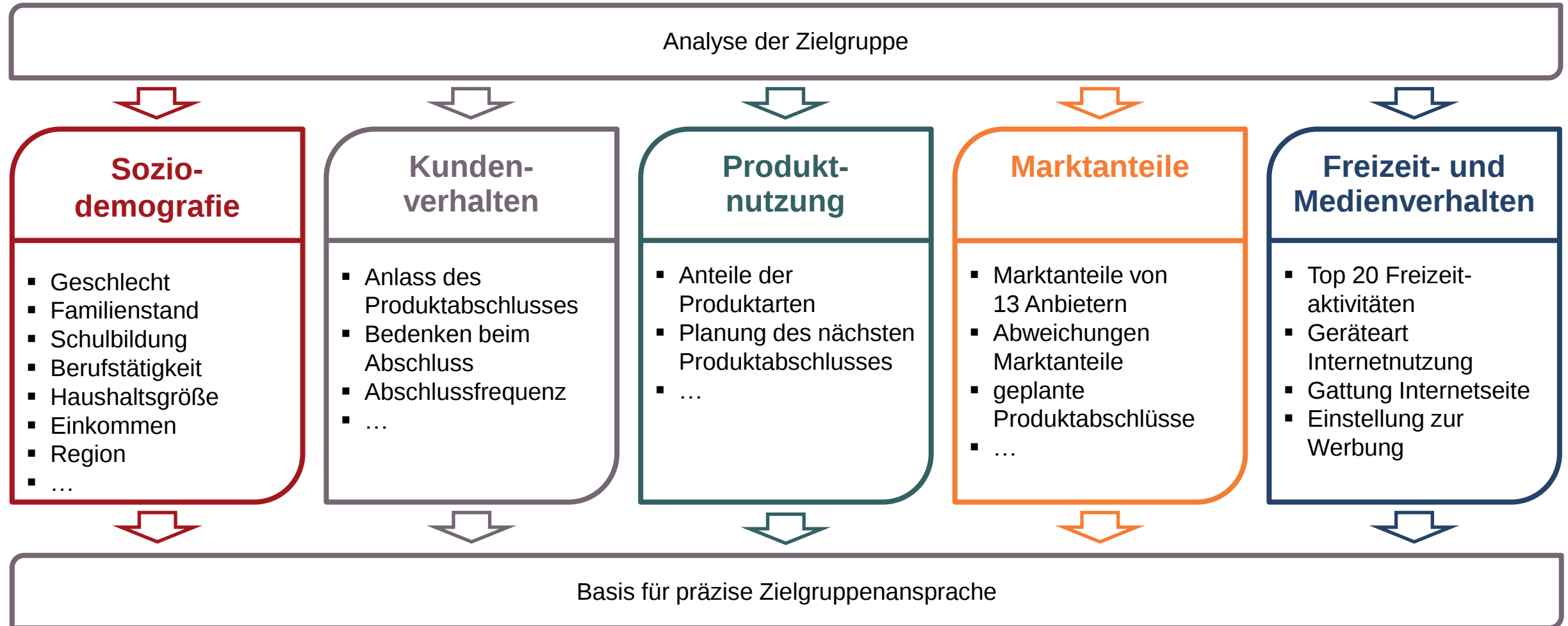
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Fern- und Nahwärme 2026

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
Branchenübergreifendes Kundenverhalten, Anlass der zuletzt abgeschlossenen Energieproduktes, Bedenken beim Abschluss, Abschlussart des zuletzt abgeschlossenen Energieproduktes, Anzahl der genutzten Produkte nach Abschlussart, Anzahl Anbieter nach Produktkategorie, Frequenz der Abschlüsse	
➤ Produktkategorien	32
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf abgeschlossene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile, Anzahl der genutzten Produkte	
➤ Anbieter	38
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile,	
➤ Abschlussorte	47
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	53
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	68

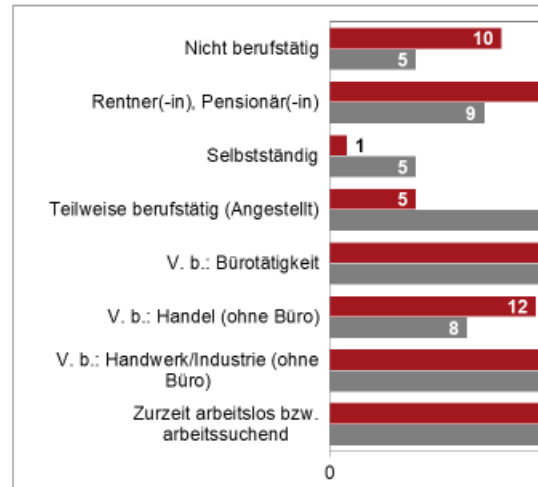


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



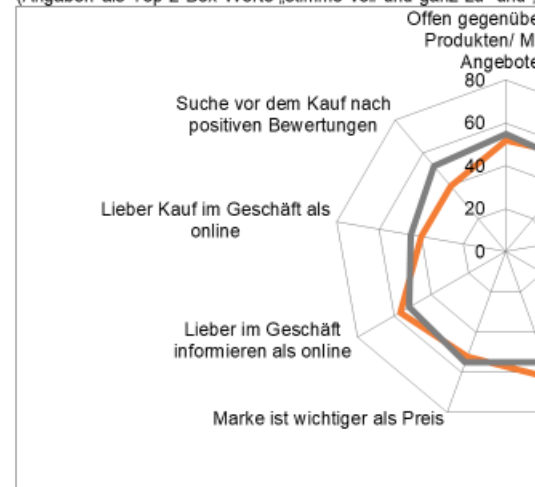
Fragestellung: Ihr Beruf?



Stu
N

Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Energie-Kunden
(Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

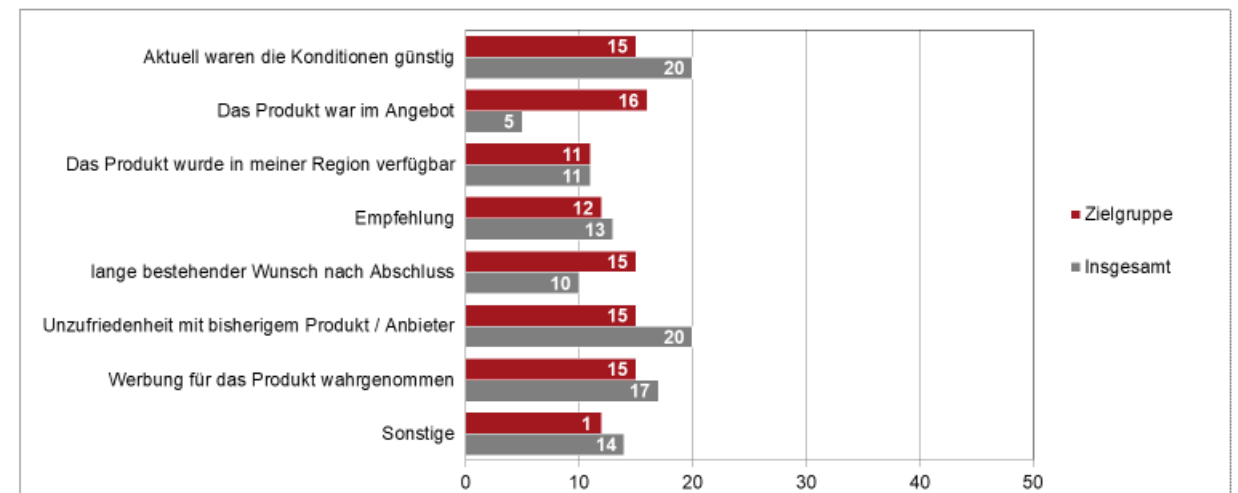


Stu
I

Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produktabschlusses (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Nah- und Fernwärme 2026

Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

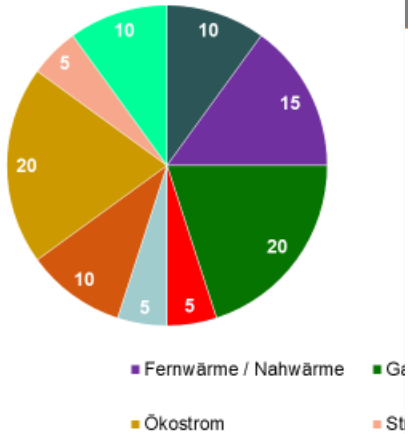
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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

Zielgruppe



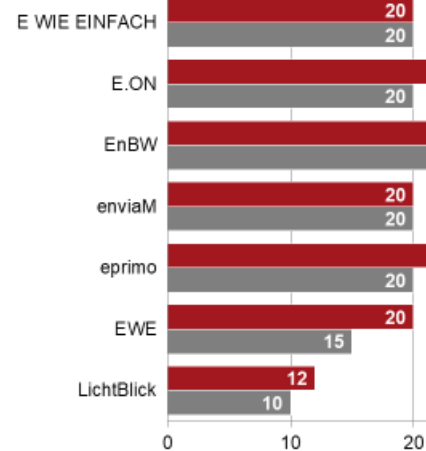
1 Basis: letzte 5 Produkterwerbe



Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Anbieter

Verteilung der Produktabschlüsse auf die Anbieter¹ (1 von 2) (Angaben in %)



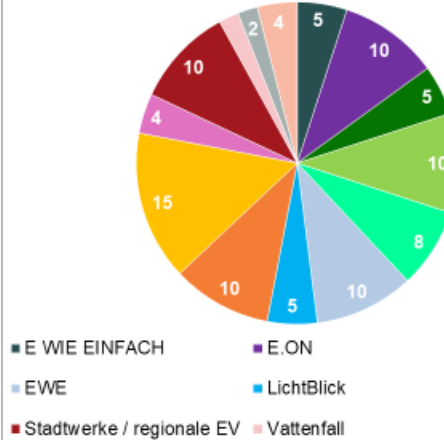
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Energie-Produkte von eprimo einem der bis zu fünf letzten Energie-Produkten ein Produkt von eprimo



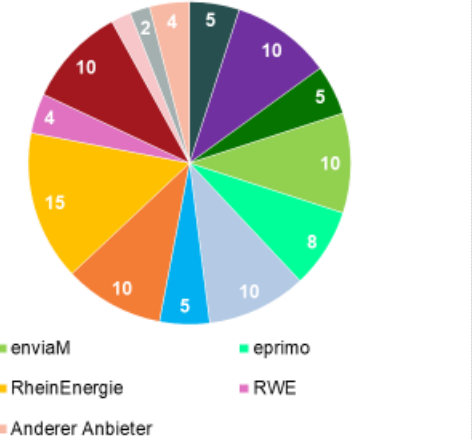
Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Produktabschluss** (Angaben in %)

Zielgruppe



Insgesamt



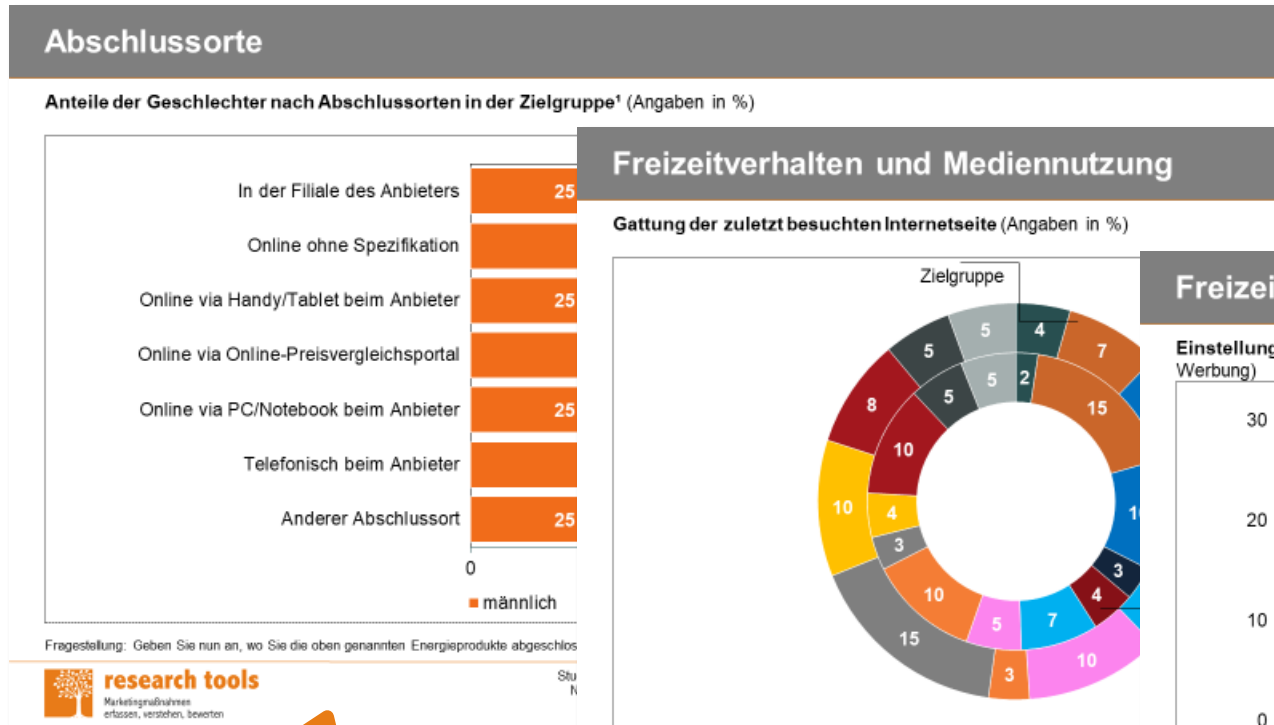
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie ihr voraussichtlich nächstes Energieprodukt erwerben möchten. 1 Basis: voraussichtlich nächster Produkterwerb (Anbieter)



Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Nah- und Fernwärme 2026

Analysebeispiele (3)

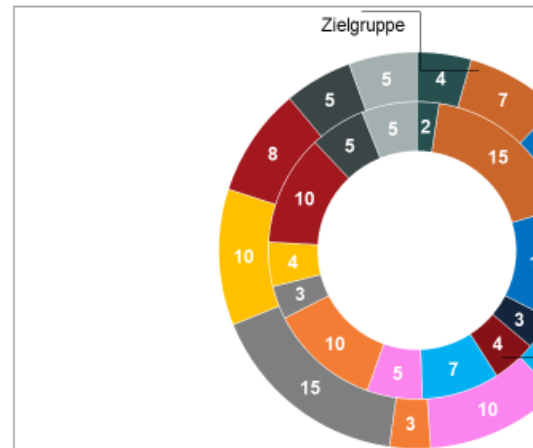
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Welche Abschlussorte präferieren Frauen aus der Zielgruppe?

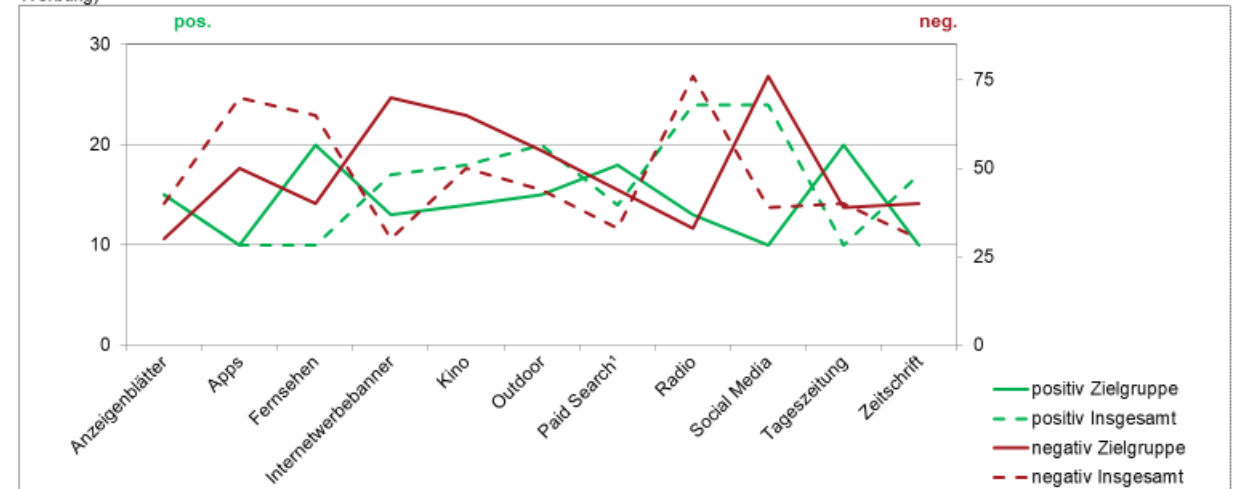
Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Freizeitverhalten und Mediennutzung

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



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

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)691 – 55090384

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

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Energiemarkt-Zielgruppe Fern- und Nahwärme 2026.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 691 55090383, Fax +49 691 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.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist mit dem Schwerpunkt Eigenstudien zu verschiedenen Marketingthemen.

In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind seit 2020 mehr als 80 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Energiebranche erschienen:

- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Eigenheim 2026
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Ökostrom 2026
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2026
- Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2026
- Werbemarktanalyse Photovoltaik 2026
- Studie Kundenpfade Energie 2025

Energiebranche: seit 2020 mehr als 40 Studien veröffentlicht

