

+++ E WIE EINFACH +++ E.ON +++ EnBW +++ enviaM +++ eprimo +++ innogy +++ LichtBlick +++ RWE +++
Stadtwerk / regionaler Energieversorger +++ Vattenfall +++ Yello +++ E WIE EINFACH +++ E.ON +++ EnBW +

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2020

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2020



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Junge Erwachsene 2020

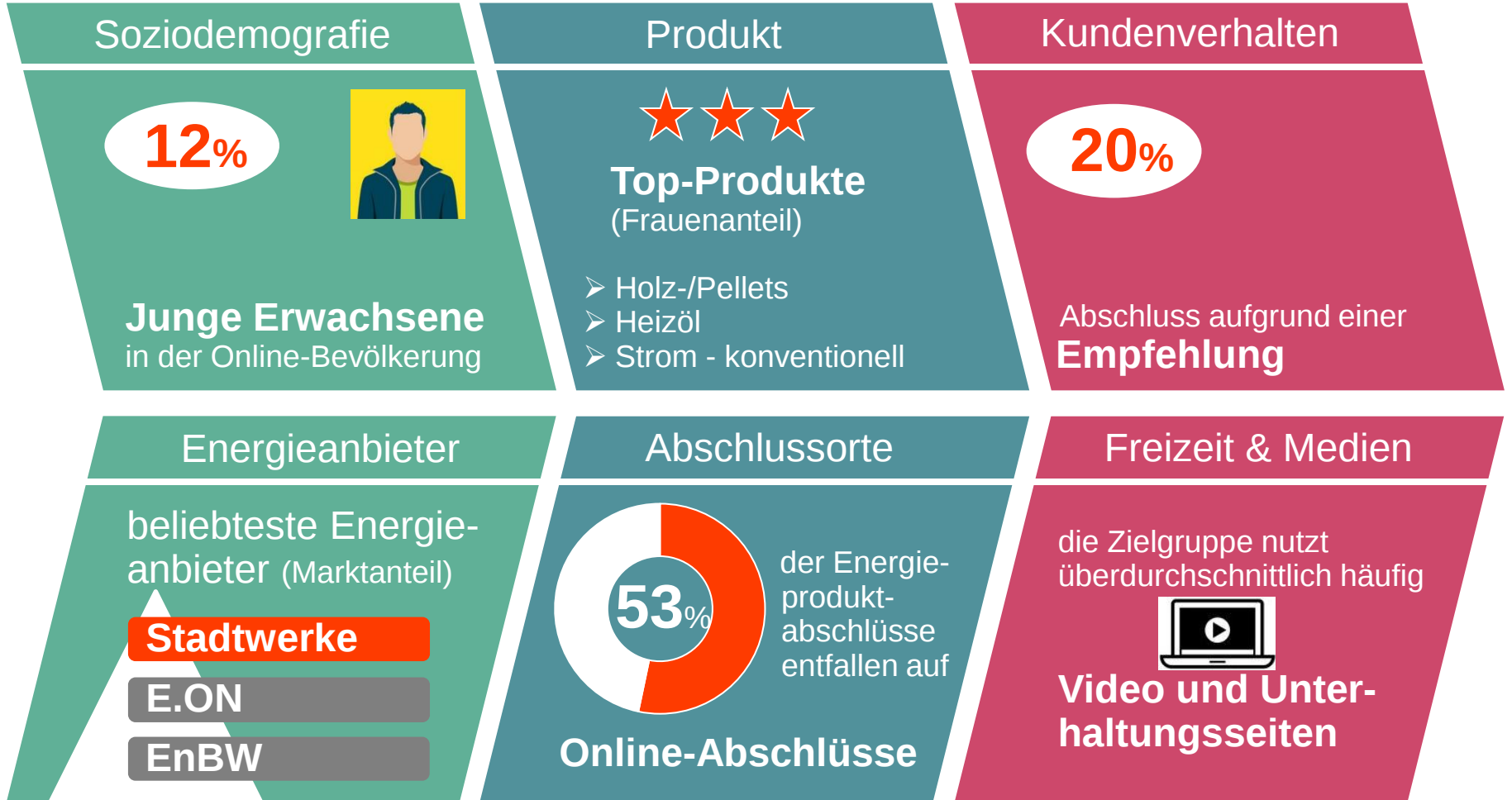
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe der jungen Erwachsenen wird repräsentiert von Personen, die zwischen 18 und 24 Jahre alt sind. 12 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher gehören dieser Zielgruppe an.
- Junge Erwachsene haben im Vergleich mit den Energiekunden insgesamt überdurchschnittlich häufig Abitur.
- Die Frequenz der Energieproduktabschlüsse ist bei der Zielgruppe im Vergleich mit der Vergleichsgruppe deutlich erhöht.
- Die Anlässe für einen Produktabschluss sind bei jungen Erwachsenen deutlich anders priorisiert als in der Gesamtbevölkerung. Bedenken spielen eine große Rolle in der Zielgruppe.
- Konventionelle Energieprodukte stehen in der Zielgruppe nicht hoch im Kurs.
- Bei den Orten des Energieproduktabschlusses zeigen sich Überraschungen. Die Online-Quote ist in der Zielgruppe etwas niedriger als insgesamt.
- Die Gruppe der jungen Erwachsenen ist für Out-of-home-Medien überdurchschnittlich empfänglich.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Junge Erwachsene**

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

Nutzung von **8 Produktkategorien**
und **14 Anbietern** im Energiemarkt

alle Information auf **79 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-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 12 Prozent aus der Zielgruppe Junge Erwachsene
- im Dezember 2020 erschienen

Preis:

- die 79 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.



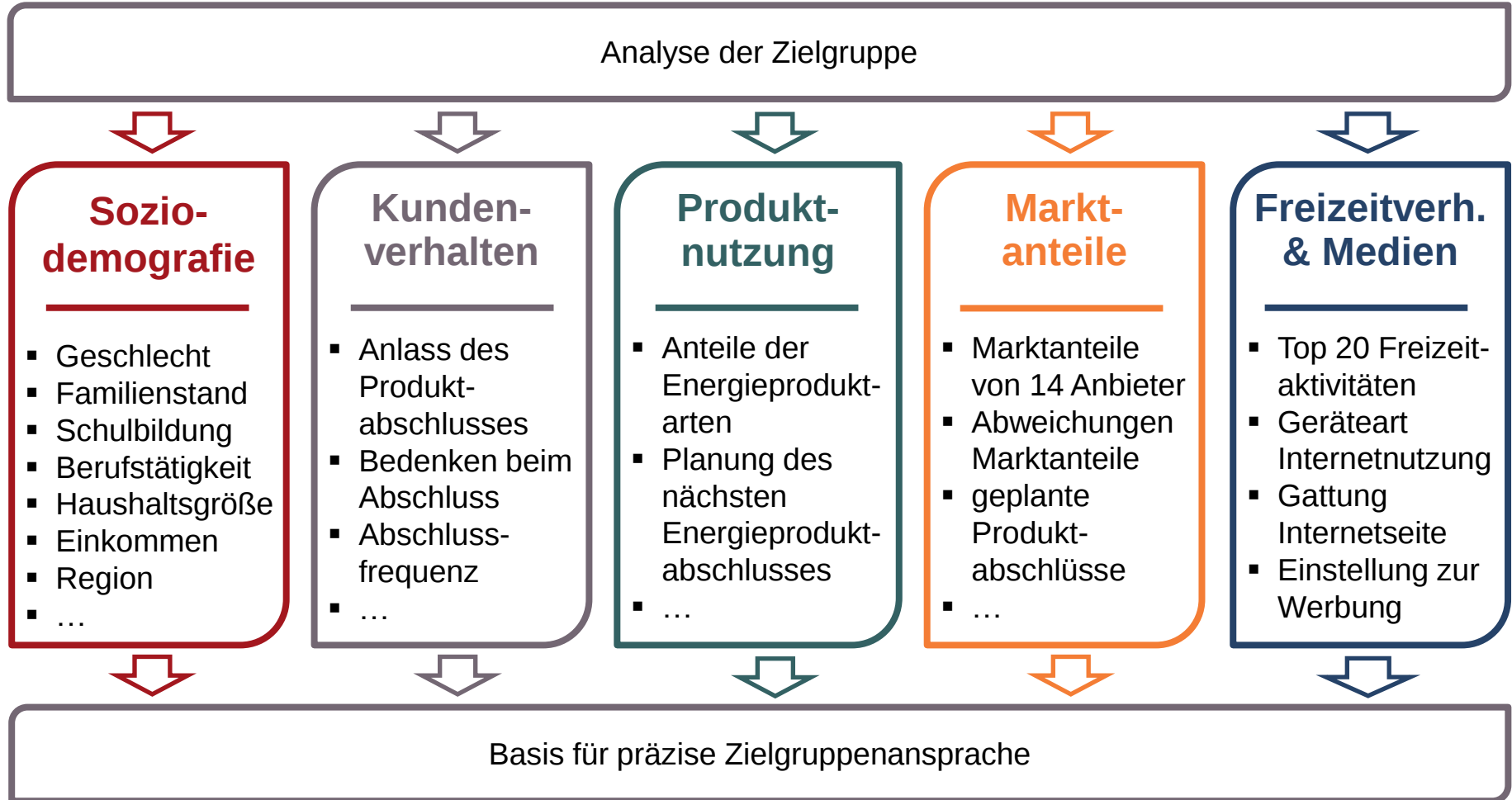
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Junge Erwachsene 2020

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie	13
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	26
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Energieprodukts, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt abgeschlossenen Energie- produkts, Frequenz der Produktabschlüsse	
➤ Produktkategorien	35
Aktuell genutzte Energieprodukte, letzte fünf abgeschlossene Energieprodukte, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile	
➤ Energieanbieter	42
Verteilung der Energieanbieter, Marktanteile der Energieanbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	52
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	61
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung genutzter Websites, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Energieanbieter	
➤ Kontakt	78

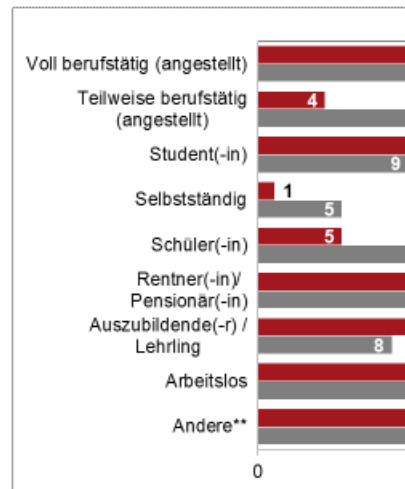


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Studie
Junge Erwachsene

Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zur Vergleichsgruppe
(Angaben als Top-2-Box-Werte, stimme voll und ganz zu und stimme zu)



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

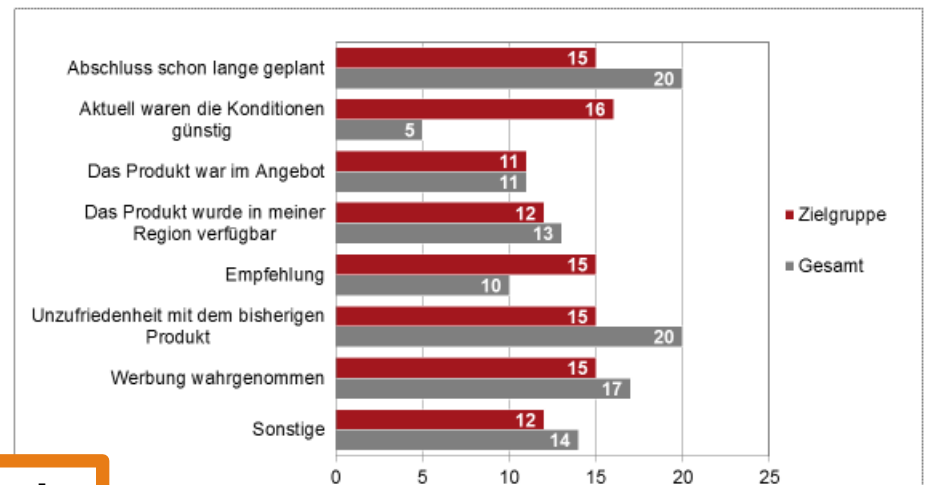


Studie
Junge Erwachsene

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)



Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2020

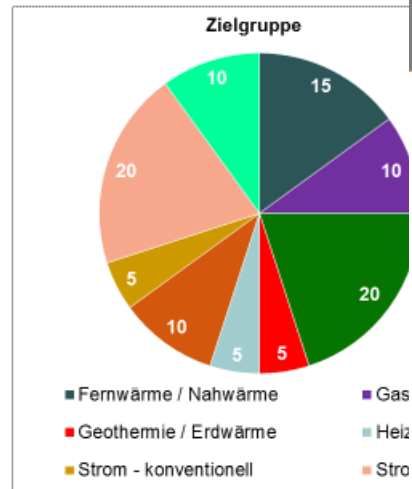
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



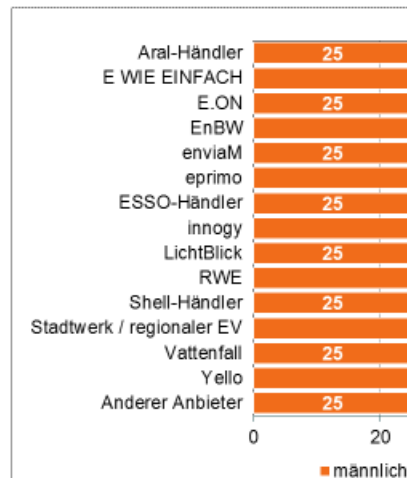
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Studie
Ju

Energieanbieter

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



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



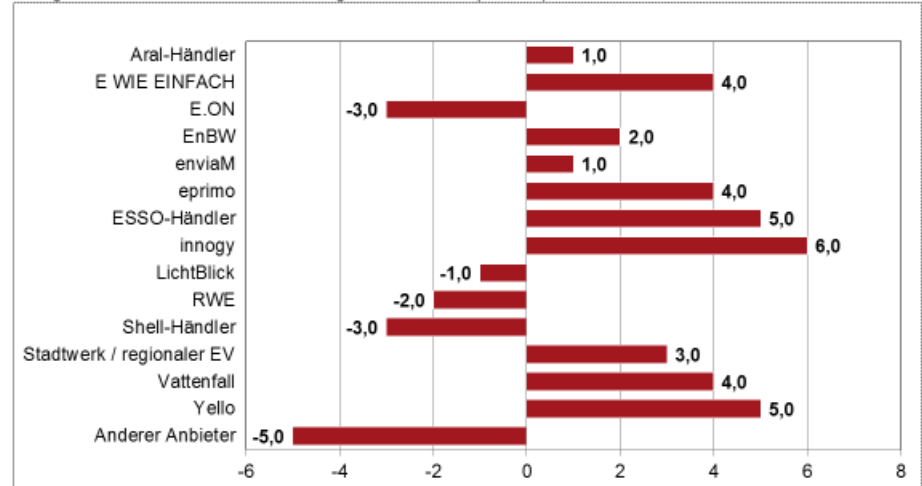
Studie
Ju

Welche Produktgruppen schließt die Zielgruppe verstärkt ab?

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Energieanbietern?

Energieanbieter

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



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



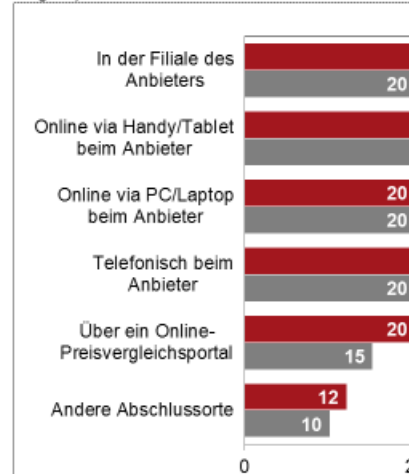
Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2020

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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



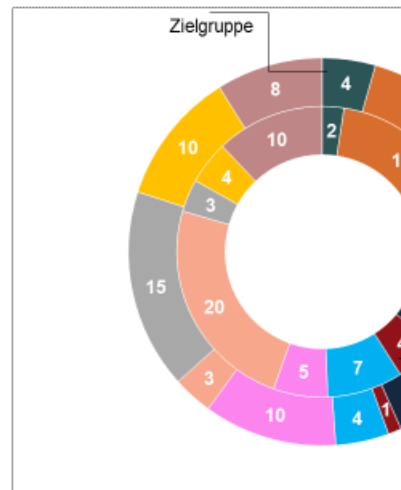
Fragestellung: siehe nächste Seite. * Basis: letzte 5 Produktabschlüsse bis zu fünf letzten Energieproduktabschlüssen einen online Abs

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie
Jug

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

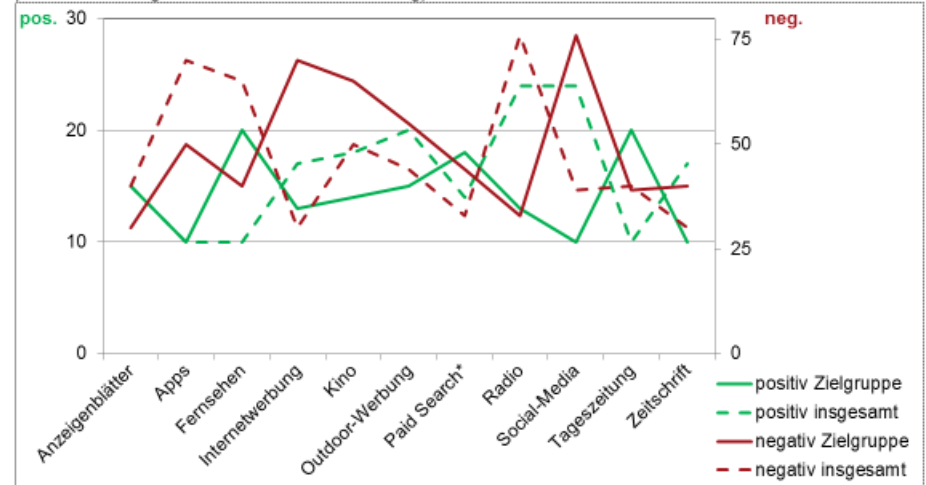
Studie
Jug

Welche Abschlussorte
nutzt die Zielgruppe?

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); * Suchmaschinen-Anzeigen

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2020

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 Junge Erwachsene 2020.

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 Unternehmensprofile Energieanbieter 2020
- Studie Vergleichsportal-Marketing Energie 2020
- Studie eVisibility Energie 2020
- Studie Kundenpfade Energie 2020
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Energiebranche wurden seit 2010 über 40 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 88 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

