

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



Studiensteckbrief

Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2022

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Junge Erwachsene 2022

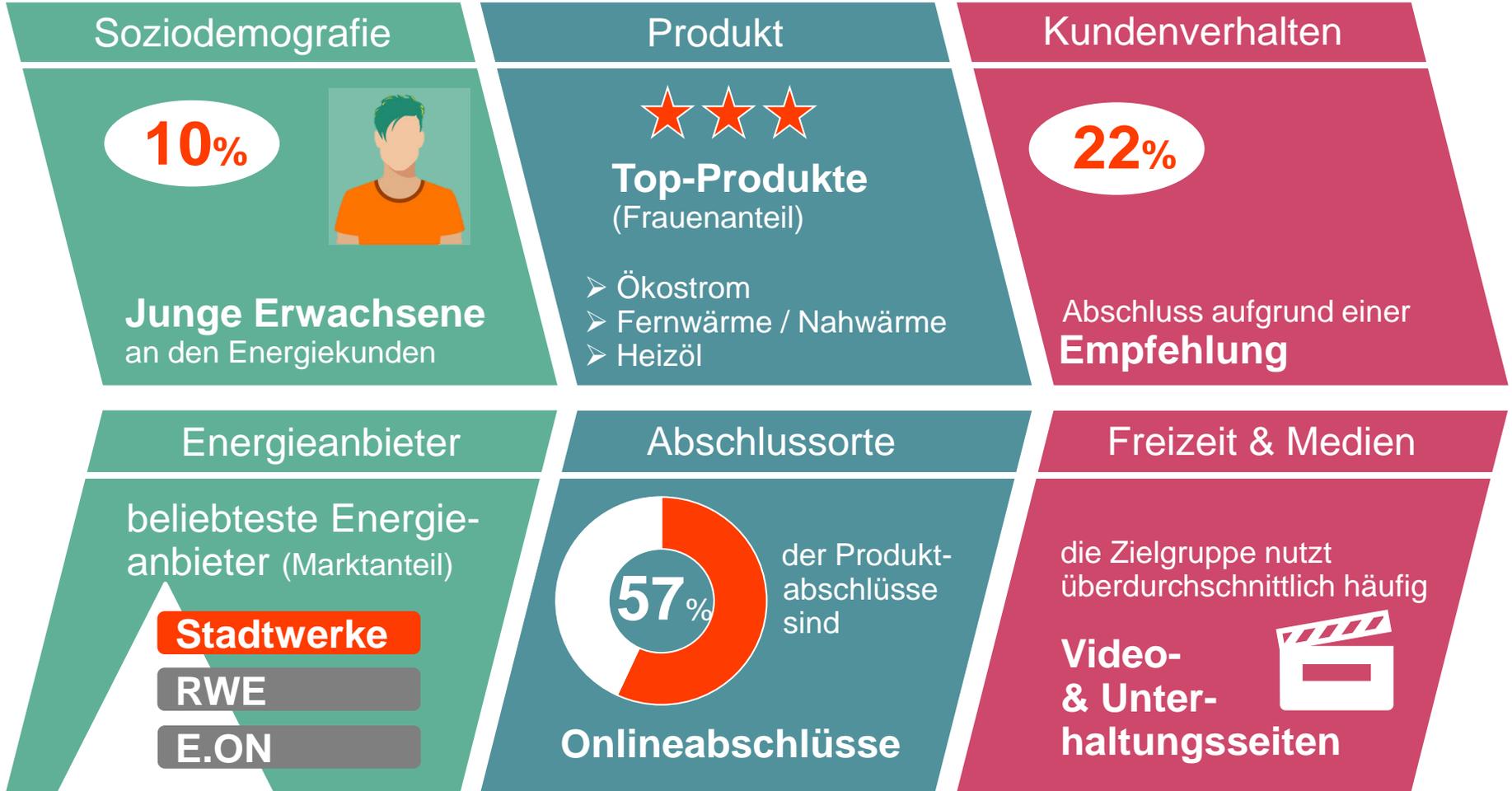
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe ‚Junge Erwachsene‘ wird repräsentiert von Energiekunden, die zwischen 18 und 24 Jahre alt sind. Zehn Prozent der Energiekunden unter den 2.000 online-repräsentativ befragten Verbrauchern gehören dieser Zielgruppe an.
- Im Vergleich mit den Energiekunden insgesamt sind Männer in der Zielgruppe verstärkt präsent.
- Die Befragten der Zielgruppe schließen deutlich häufiger neue Energieprodukte ab als die Energiekunden insgesamt.
- Die Zielgruppe hat vergleichsweise deutlich mehr Bedenken beim Energieproduktabschluss, besonders hinsichtlich Kundenservice und Umweltverträglichkeit.
- Die Zielgruppe schließt häufiger erstmalig Energieprodukte ab als die Energiekunden insgesamt.
- Die Produktkategorien Biogas sowie Holz/Pellets werden in der Zielgruppe deutlich stärker als in der Vergleichsgruppe genutzt.
- Hinsichtlich des Abschlussorts für ein Energieprodukt zeigt sich eine Affinität der Zielgruppe für den Onlineabschluss via Handy oder Tablet beim Anbieter.
- Die Gruppe der jungen Erwachsenen ist für Werbung in sozialen 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 **75 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:

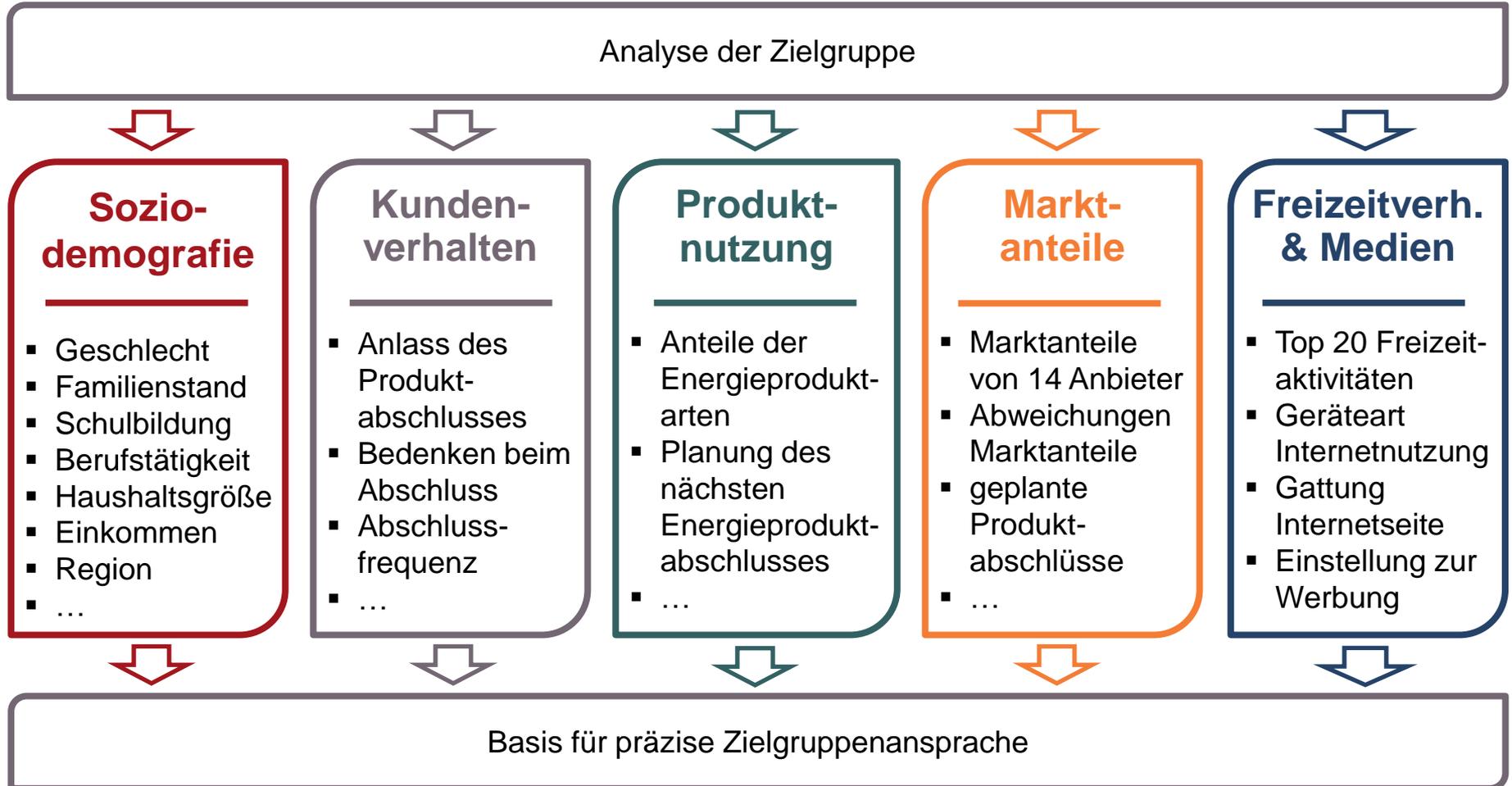
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Energiekunden in Deutschland
- davon 10 Prozent aus der Zielgruppe Junge Erwachsene
- im Mai 2022 erschienen

Preis:

- die 75 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

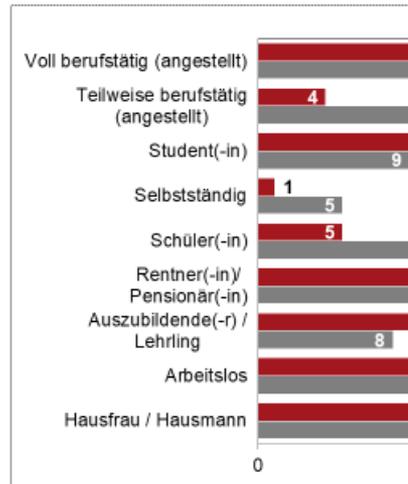
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit den Energiekunden insgesamt in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, 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	32
Aktuell genutzte Energieprodukte, letzte fünf abgeschlossene Energieprodukte, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile	
➤ Energieanbieter	39
Verteilung der Energieanbieter, Marktanteile der Energieanbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	49
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	58
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung genutzter Websites, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Energieanbieter	
➤ Kontakt	74

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



Fragestellung: Ihr Beruf?



Studie Jun

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?

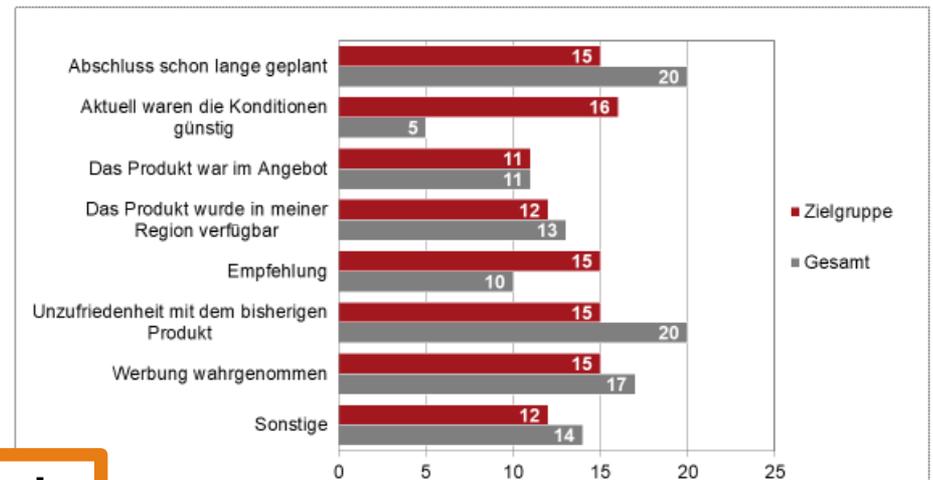


Studie Jun

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 2022

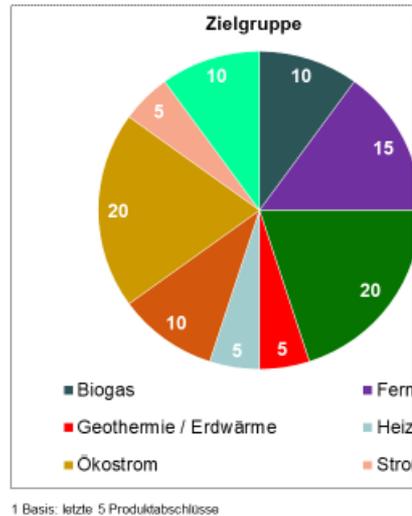
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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

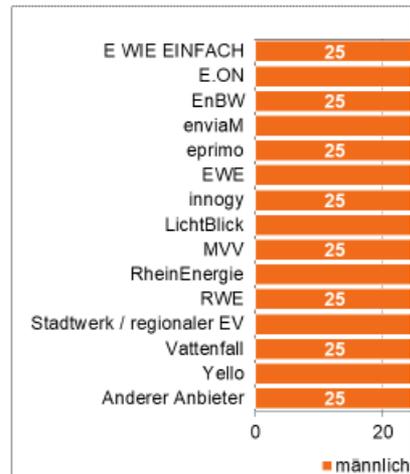


research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie
Juli

Energieanbieter

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



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

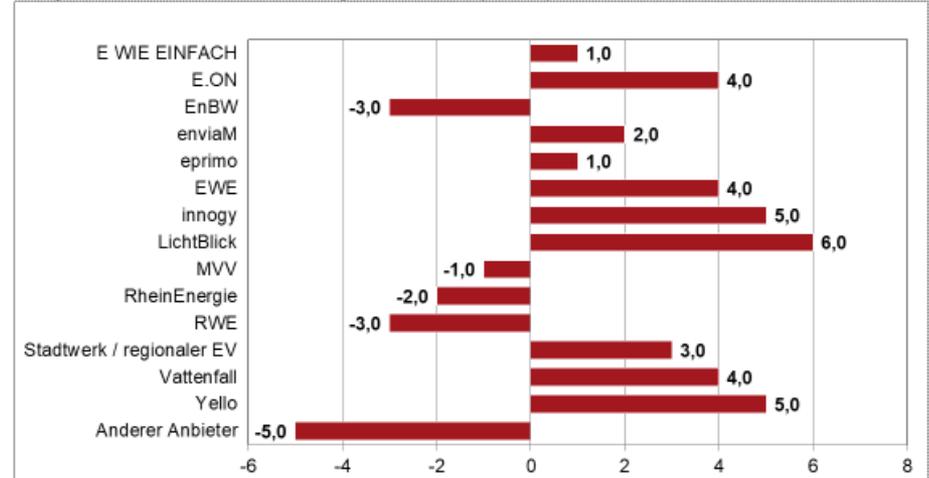
research tools

Studie
Juli

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. 1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse (Anbieter) geplanter Produktabschluss (Anbieter); EV = Energieversorger

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Junge Erwachsene 2022

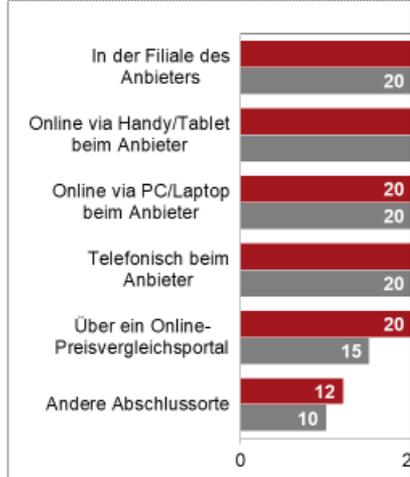
Welche Produktgruppen schließt die Zielgruppe verstärkt ab?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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

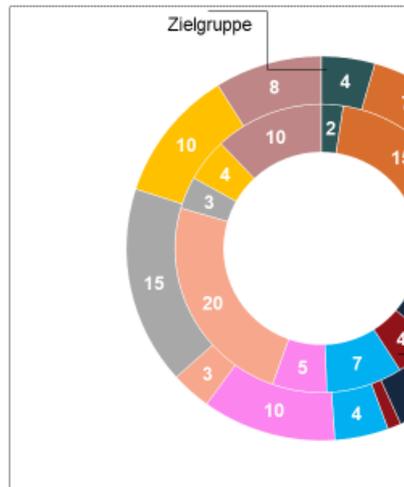


Fragestellung: siehe nächste Seite. 1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse bis zu fünf letzten Energieproduktabschlüssen einen online Abschl.



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



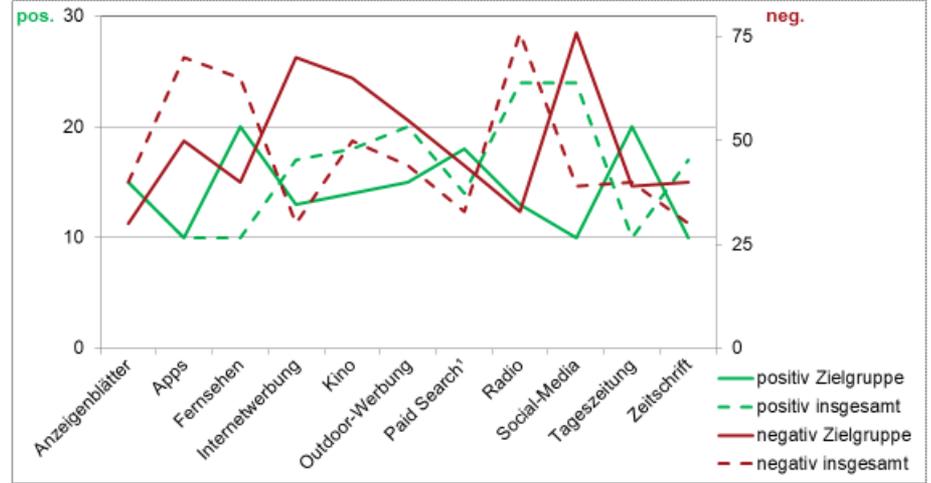
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be...



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



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 Junge Erwachsene 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:

- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2022
- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2021
- Werbemarktanalyse Gasversorger 2021
- Studie eVisibility Energie 2021
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Stadtwerke-Kunden 2021
- Studie Energiemarkt-Zielgr. Stromanbieterwechsler 2020

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.

