

+++ E WIE EINFACH +++ E.ON (inkl. innogy) +++ EnBW +++ enviaM +++ eprimo +++ EWE +++ LichtBlick +++ MVV +++ RheinEnergie +++ RWE +++ Stadtwerke / regionaler Energieversorger +++ Vattenfall +++ Yello +++ E WIE EINFACH +++ E.ON (inkl. innogy) +++ EnBW +++ enviaM +++ env

Studiensteckbrief

Studie Energiemarkt- Zielgruppe Ökostrom 2023

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Ökostrom 2023

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Ökostrom wird repräsentiert von Personen, die aktuell Ökostrom nutzen. 22 Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Energiemarkt analysiert wird.
- In der Zielgruppe ist der Anteil an Personen über 45 Jahre deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung.
- Im Vergleich mit den Energiekunden insgesamt ist den Ökostromkunden Nachhaltigkeit wichtiger.
- Neben Ökostrom nutzt die Zielgruppe das Produkt Biogas häufiger als die Vergleichsgruppe.
- Beim zuletzt erworbenen Energieprodukt hat die Zielgruppe vergleichsweise häufig einen Ersatzabschluss mit einem Wechsel des Energieanbieters verbunden.
- Teile der Zielgruppe haben beim Produktabschluss Bedenken, ob das Öko-Energieprodukt tatsächlich ökologisch ist.
- Ökostromkunden haben die letzten Energieproduktabschlüsse häufiger über Online-Preisvergleichsportale getätigt als die Vergleichsgruppe.
- Die Zielgruppe besucht häufiger Nachrichtenseiten im Internet und seltener soziale Netzwerke als die Vergleichsgruppe.



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

22%



Ökostromkunden
in der Bevölkerung

Produkt

★ ★ ★

Top-Produkte Frauenanteil

- Fernwärme / Nahwärme
- Gas – konventionell
- Biogas

Kundenverhalten

18%

Abschluss aufgrund einer **Empfehlung**

Energieanbieter

beliebteste Anbieter
(Abschlussabsicht)

Stadtwerke / reg. EV

E.ON (inkl. innogy)

...

Erwerbssorte

72%

der Energieprodukt-
abschlüsse erfolgen

online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe nutzt
überdurchschnittlich
häufig

Nachrichtenseiten



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Ökostromkunden**

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

Nutzung von **8 Produktkategorien** und **13 Anbietern/Anbietergruppen** 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 kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 22 Prozent aus der Zielgruppe Ökostrom
- im April 2023 erschienen

Preis:

- die 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



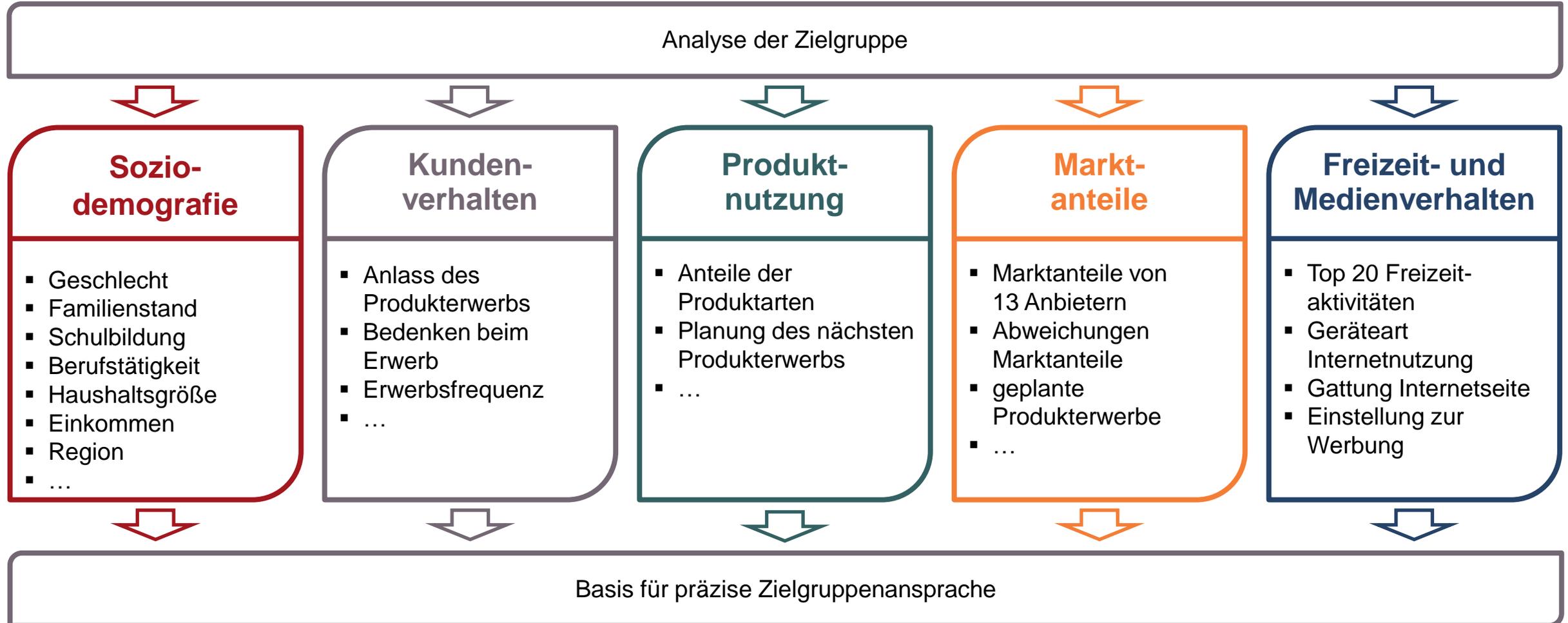
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Ökostrom 2023

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	
➤ Kundenverhalten	23
Bewertung der Statements, Anlass der zuletzt erworbenen Energieproduktes, Bedenken beim Erwerb, treue Kunden und Brandhopper, Erwerbsart des zuletzt erworbenen Energieproduktes, Frequenz der Erwerbe	
➤ Produktkategorien	30
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produkterwerb, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	37
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile,	
➤ Erwerbssorte	46
Verteilung der Erwerbssorte, Marktanteile der Erwerbssorte, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	54
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	69

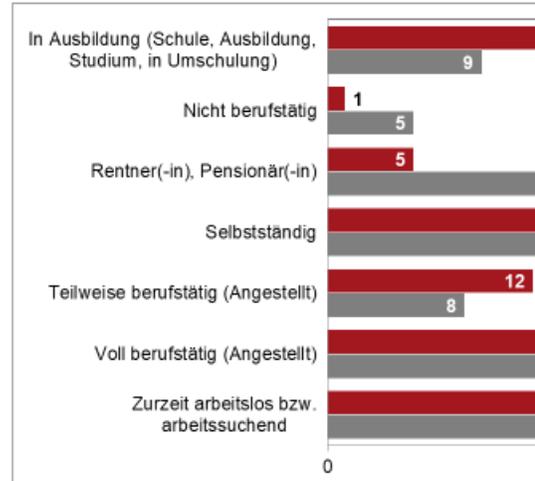


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

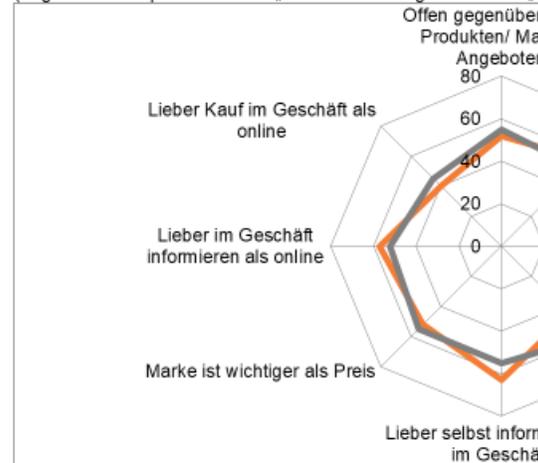


Fragestellung: Ihr Beruf?



Kundenverhalten

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



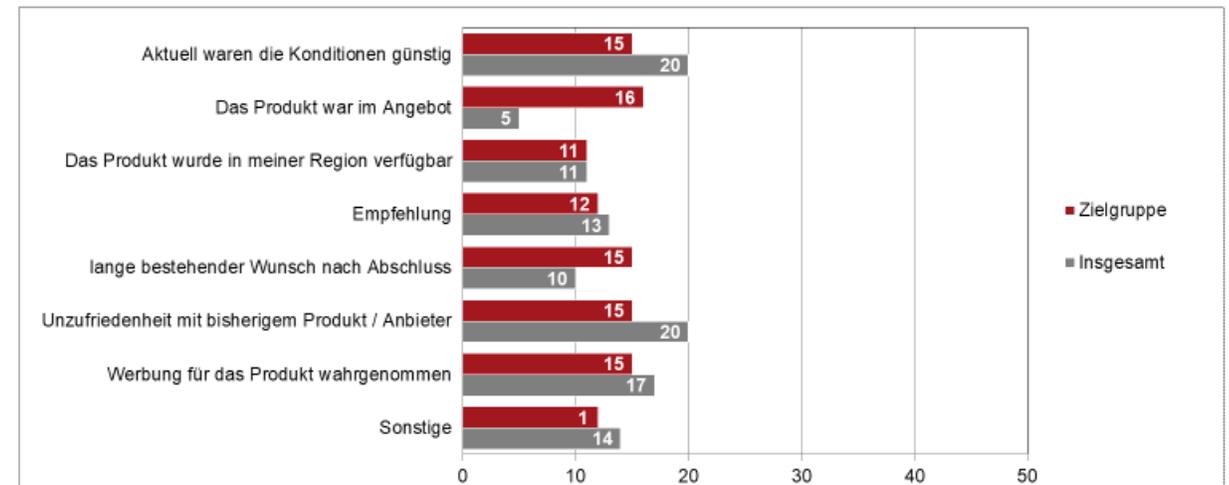
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produkterwerbs (Angaben in %)



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



Studie Energiemarkt-Zielgruppe Ökostrom 2023

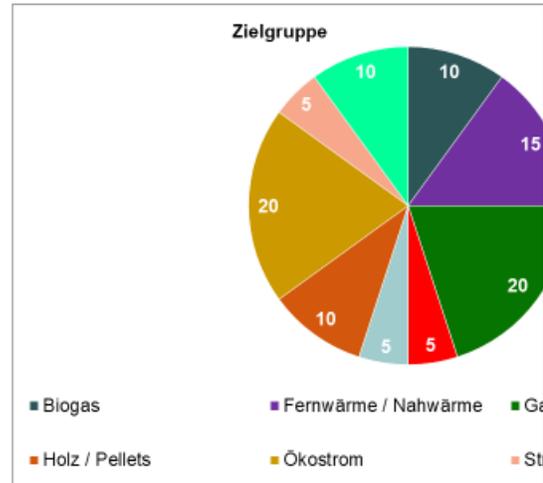
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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

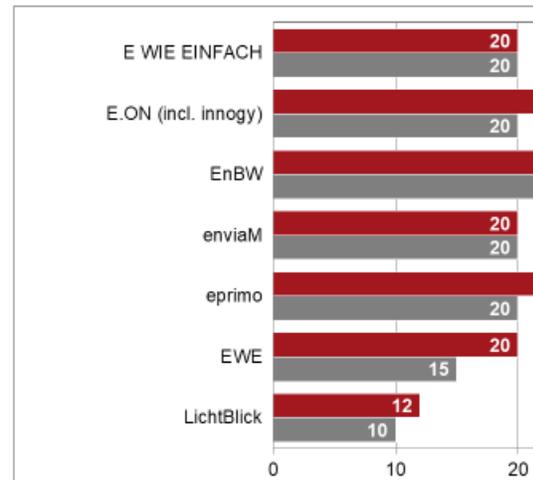


¹ Basis: letzte 5 Produkterwerbe



Anbieter

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

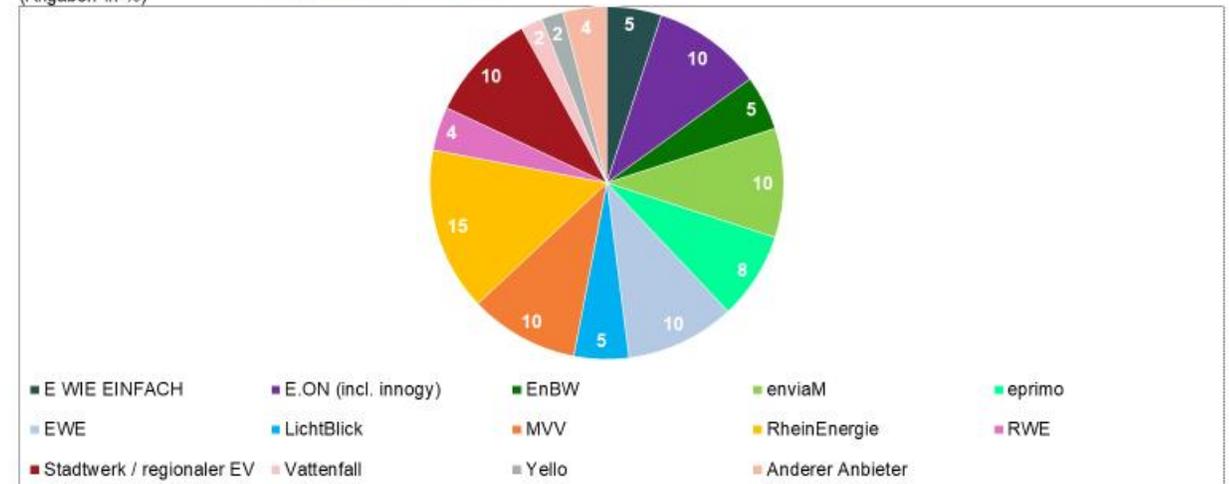


Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Energieprodukte eines der bis zu fünf letzten Energie-Produkterwerben ein Produkt von eprimo



Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Produkterwerb**¹ in der Zielgruppe (Angaben in %)



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



Studie Energiemarkt-Zielgruppe Ökostrom 2023

Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

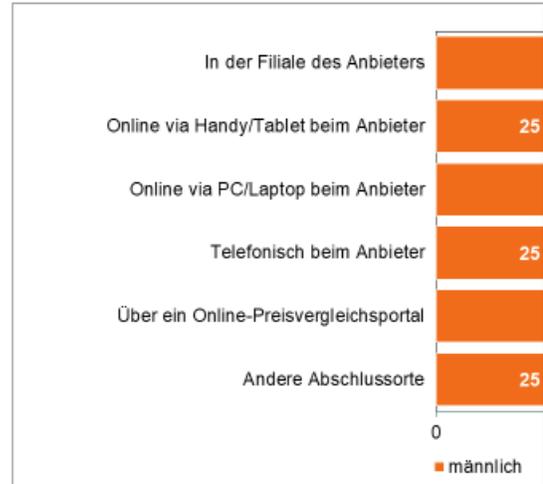
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Erwerbssorte

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



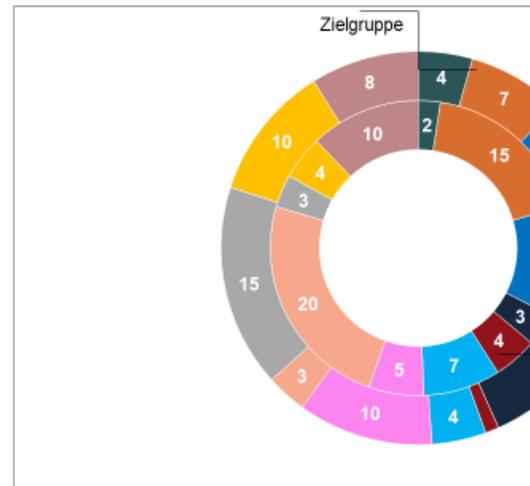
Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Energieprodukte erworben haben



Welche Erwerbssorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



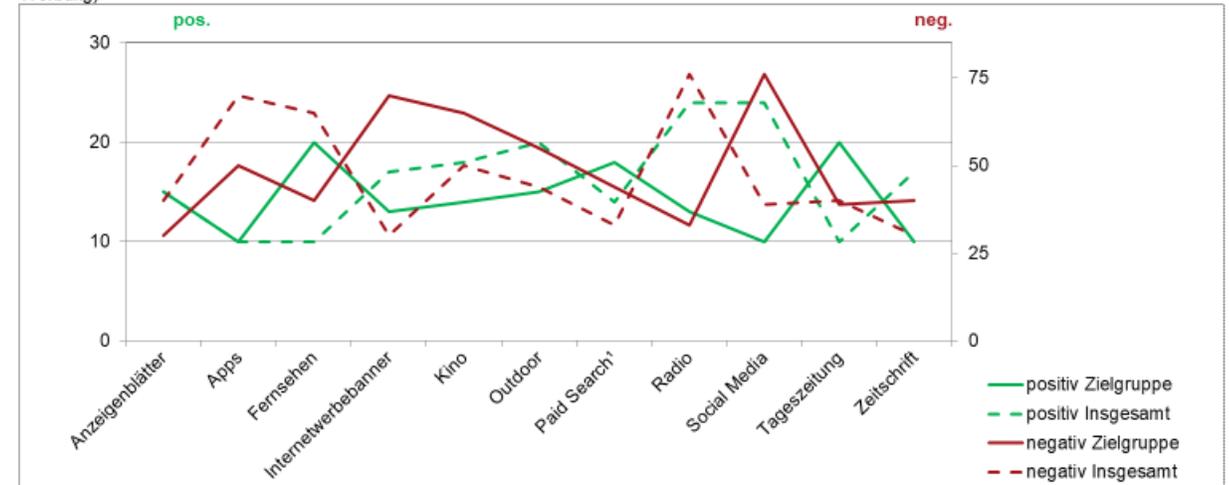
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen



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



Studie Energiemarkt-Zielgruppe Ökostrom 2023

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 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Energiemarkt-Zielgruppe Ökostrom 2023.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Ökostrom 2023

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.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

Seit 2016 sind über 40 Studien zur Energiebranche erschienen.
In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Energiebranche erschienen:

- Studie eVisibility Smart Home 2023
- Studie Energiemarkt-Zielgr. Produktabschluss via Mobile Device 2023
- Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2022
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Einkommensstarke Haushalte 2022
- Studie eVisibility Energie 2022
- Studie Kundenpfade Energie 2022

Energiebranche: seit 2020 mehr als 20 Studien veröffentlicht

