

+++ 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 Stadtwerke-Kunden 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Stadtwerke-Kunden 2021

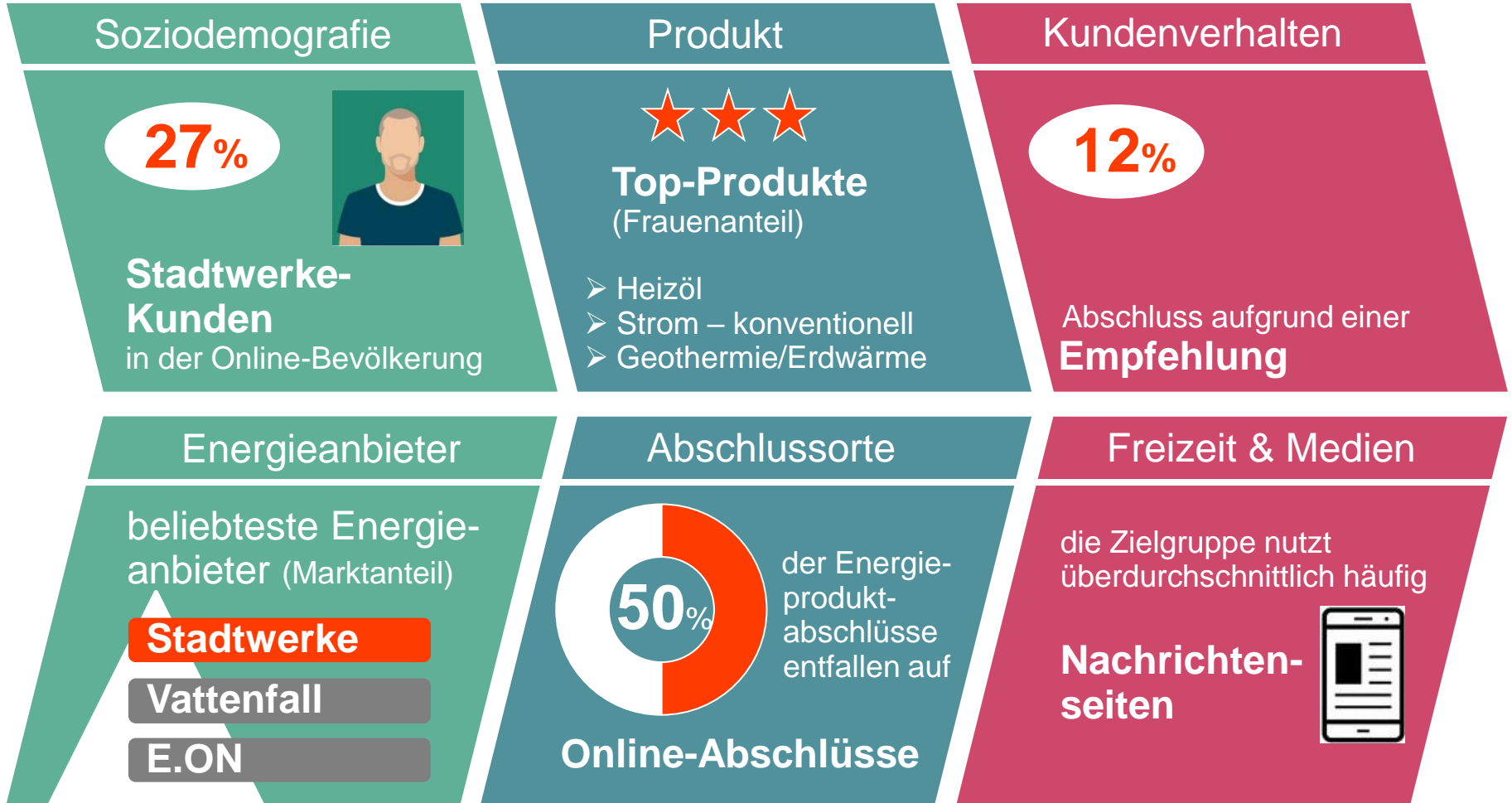
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe der Stadtwerke-Kunden wird repräsentiert von Personen, die innerhalb ihrer letzten bis zu fünf Energieproduktabschlüsse mindestens einmal bei Stadtwerken oder regionalen Energieanbietern ein Produkt abgeschlossen haben. 27 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher gehören dieser Zielgruppe an.
- Stadtwerke-Kunden verfügen über ein höheres Durchschnittsalter als die Energiekunden insgesamt.
- Die Zielgruppe der Stadtwerke-Kunden schließt seltener ein Energieprodukt mit einem Wechsel des Energieanbieters ab als die Gruppe der Energiekunden insgesamt.
- Beim Abschlussplan verzeichnen zwei Produktkategorien in der Zielgruppe deutlich rückläufige Bedeutung.
- Hinsichtlich der Abschlussorte eines Energieprodukts zeigt sich unter den Stadtwerke-Kunden eine überdurchschnittliche Affinität für das persönliche Gespräch in der Niederlassung bzw. der Filiale des Anbieters.
- Nur bei einer Mediengattung bewerten die Stadtwerke-Kunden Werbung klar positiver als die Energiekunden insgesamt. Mehr als die Hälfte aller Kontakte zum Energieanbieter entfallen auf nur zwei Kontaktwege.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Stadtwerke-Kunden**

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

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

alle Information auf **76 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:

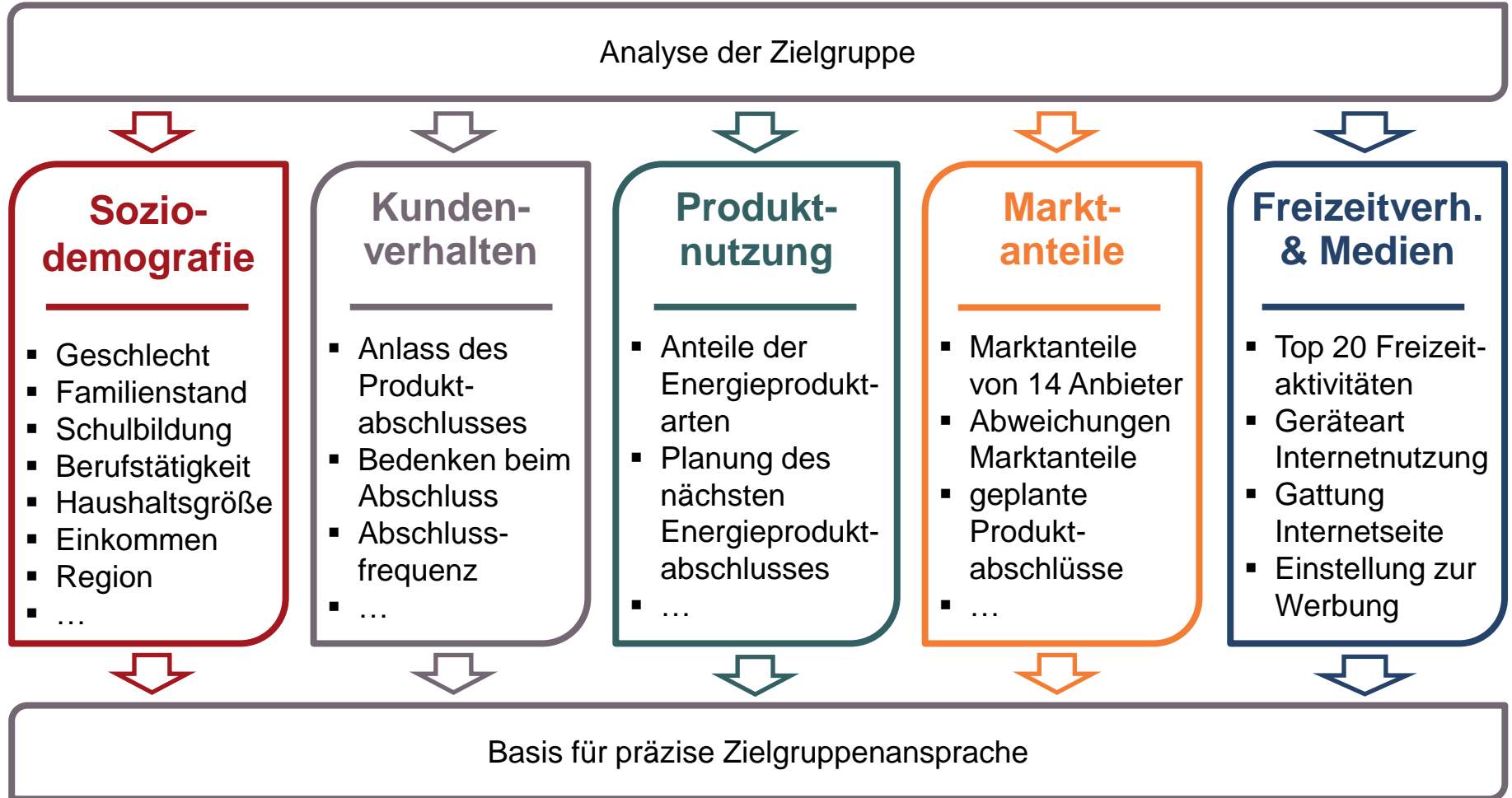
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 27 Prozent aus der Zielgruppe Stadtwerke-Kunden
- im Februar 2021 erschienen

Preis:

- die 76 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

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	25
	Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Energieprodukts, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt abgeschlossenen Energieprodukts, Frequenz der Produktabschlüsse	
➤	Produktkategorien	33
	Aktuell genutzte Energieprodukte, letzte fünf abgeschlossene Energieprodukte, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile	
➤	Energieanbieter	40
	Verteilung der Energieanbieter, Marktanteile der Energieanbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	Abschlussorte	50
	Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	Freizeitverhalten und Mediennutzung	59
	Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung genutzter Websites, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Energieanbieter	
➤	Kontakt	75

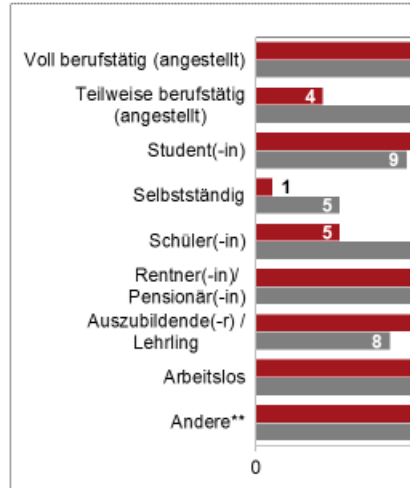


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

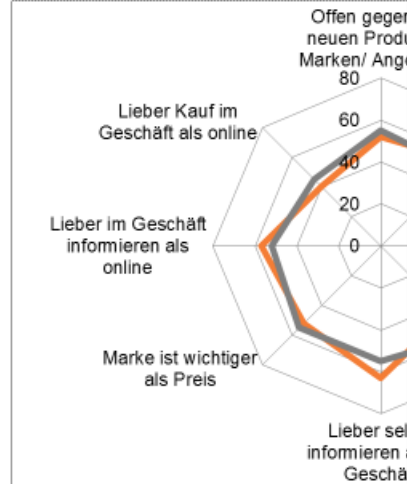


Fragestellung: Ihr Beruf?, ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Kundenverhalten

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



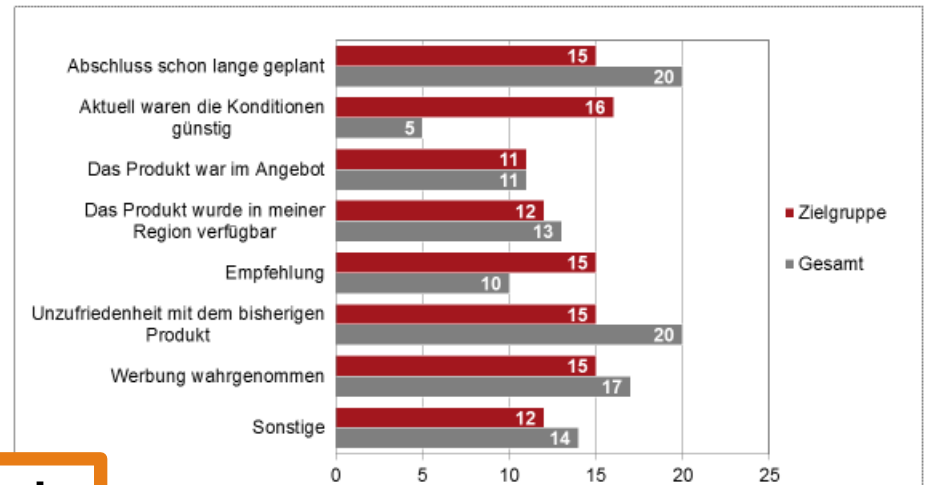
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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)



Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Stadtwerke-Kunden 2021

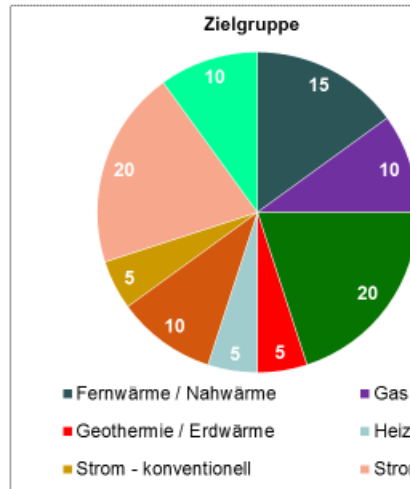
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



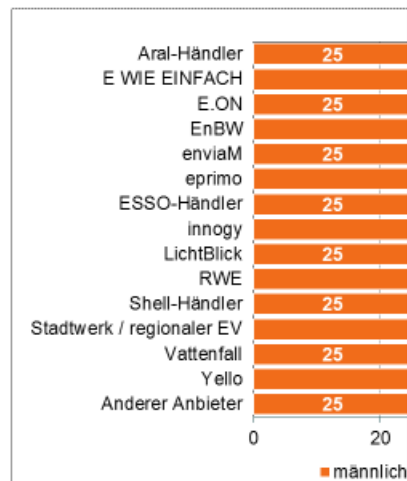
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Studie
Sta

Energieanbieter

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



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welchem Anbieter Sie die oben genannten Energieprodukte abgeschlossen haben. EV = Energieversorger



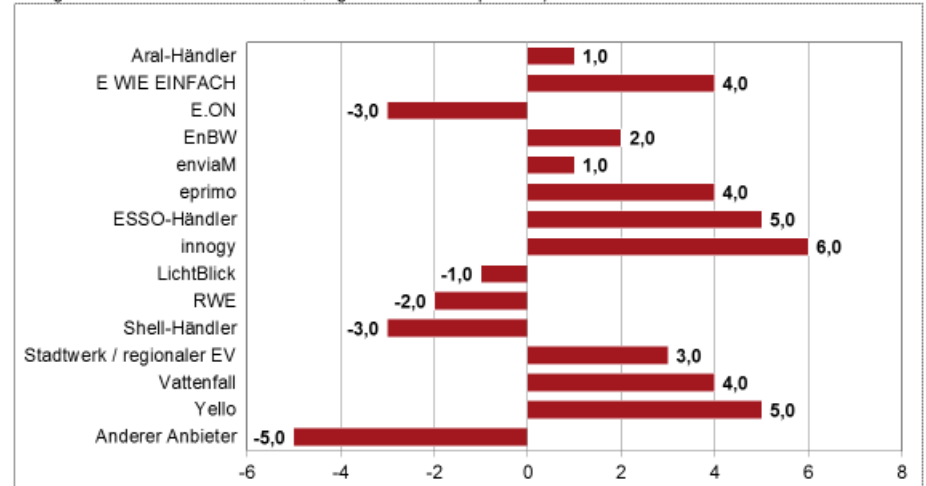
Studie
Sta

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



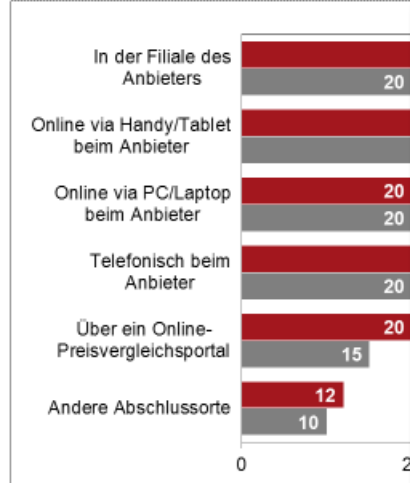
Studie Energiemarkt-Zielgruppe
Stadtwerke-Kunden 2021

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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

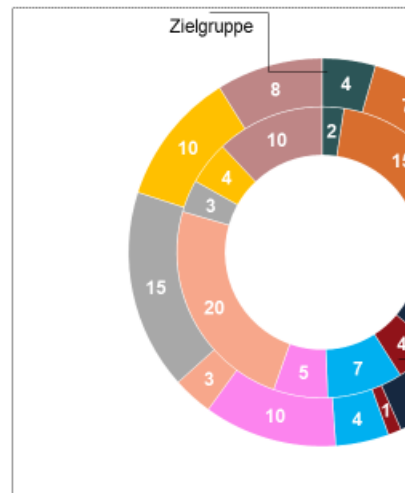


Fragestellung: siehe nächste Seite. * Basis: letzte 5 Produktabschlüsse den bis zu fünf letzten Energieproduktabschlüssen einen online Abs



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



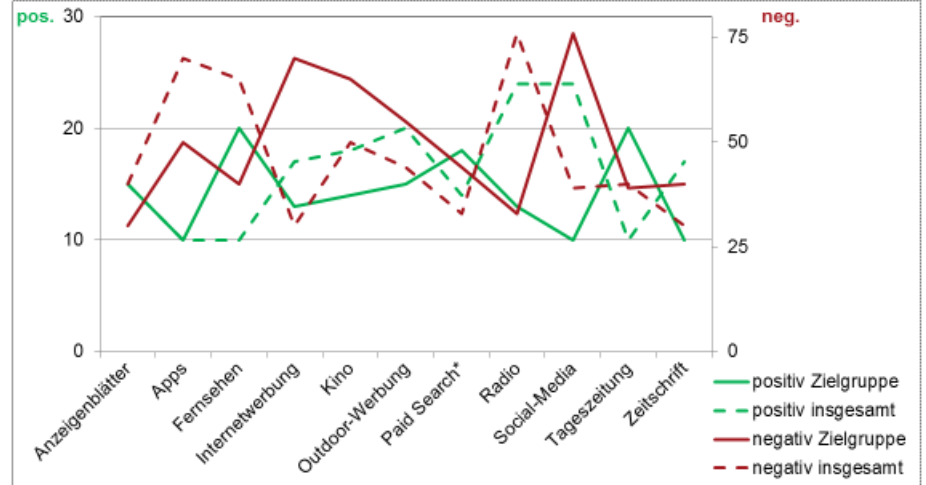
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be



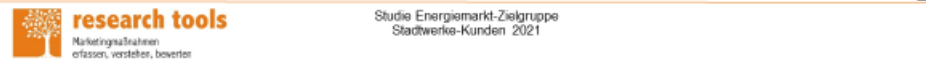
Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

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); * 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 Stadtwerke-Kunden 2021.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____