



Studiensteckbrief

Studie Energiemarkt-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2020

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2020



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Energiemarkt-
Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Vergleichsportalkunden wird repräsentiert von Personen, die innerhalb der letzten fünf Produktabschlüsse mindestens einmal ein Energieprodukt über ein Online-Preisvergleichsportal abgeschlossen haben. Dieser Zielgruppe gehören elf Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher an, deren Verhalten im Energiemarkt analysiert wird.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung finden sich in der Zielgruppe mehr Personen mit einem Hochschul- oder Universitätsabschluss.
- Beim Ersatzabschluss eines Energieprodukts wechseln Vergleichsportalkunden häufig zu einem alternativen Anbieter.
- Vergleichsportalkunden nutzen gerne erneuerbare Energieprodukte wie Biogas, Ökostrom, Holz & Pellets oder Geothermie.
- Die Zielgruppe hat beim Abschluss eines Energieprodukts ähnliche viele Bedenken wie die Gesamtbevölkerung. Die Bedenken haben aber teilweise andere Ursachen.
- Werbung in mehreren Offline-Mediengattungen verzeichnet in der Zielgruppe überdurchschnittliche Akzeptanzwerte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Vergleichsportalkunden**

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

Nutzung von **8 Produktkategorien** und **14 Anbieter/Anbietergruppen** im Energiemarkt

alle Information auf **80 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:

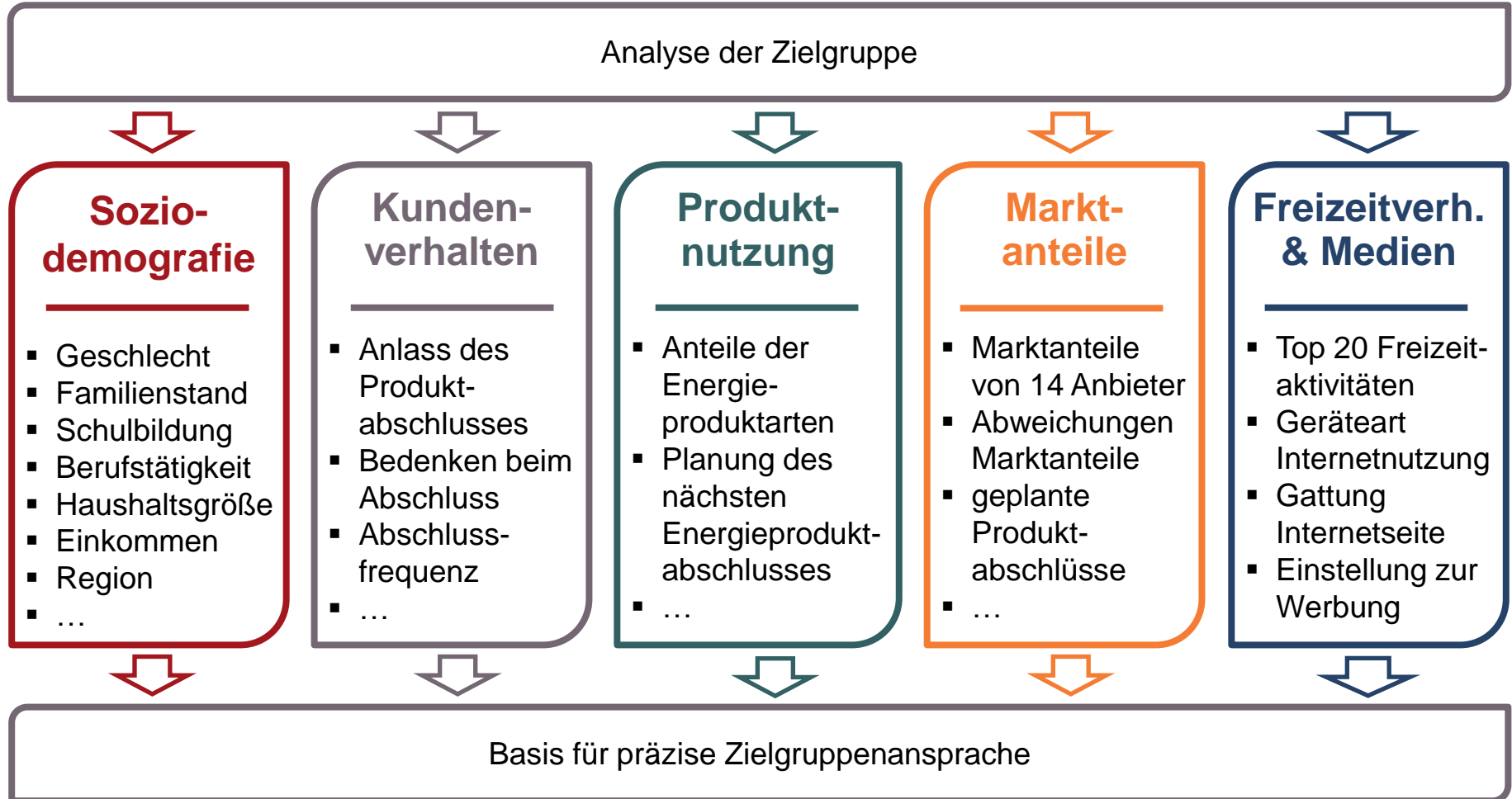
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon elf Prozent aus der Zielgruppe Vergleichsportalkunden
- im Mai 2020 erschienen

Preis:

- die 80 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

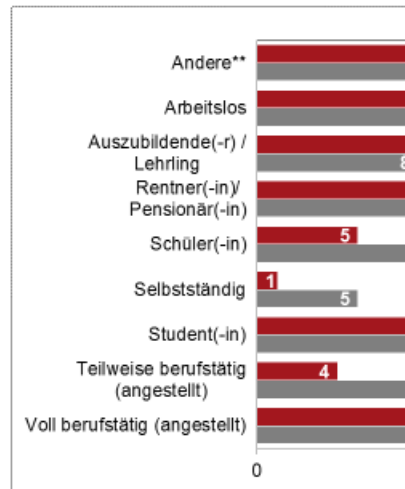
➤	Management Summary	3
➤	Forschungsdesign	9
➤	Soziodemografie	13
	Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤	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	62
	Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung genutzter Websites, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤	Kontakt	79

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



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



Studie Vergl

Kundenverhalten

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



Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

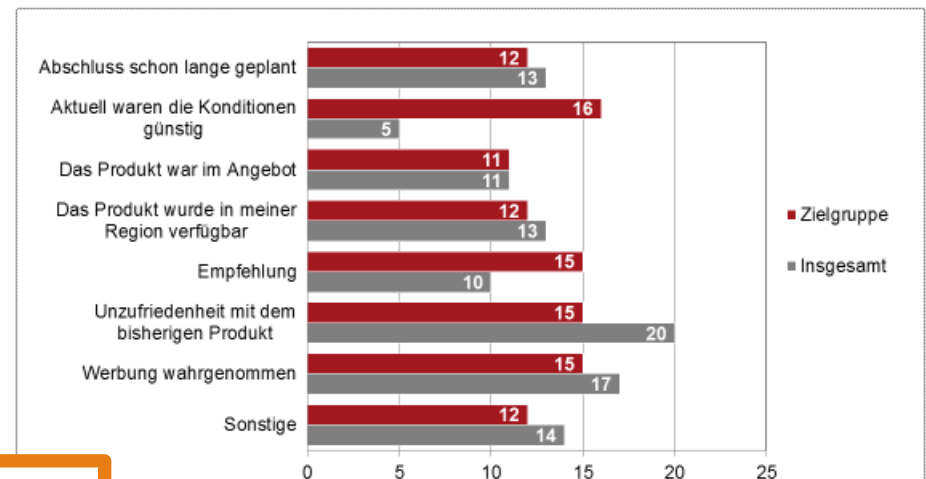


Studie Vergl

Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt abgeschlossenen Energieproduktes (Angaben in %)



aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Energieprodukt abgeschlossen? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Energiemarkt-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2020

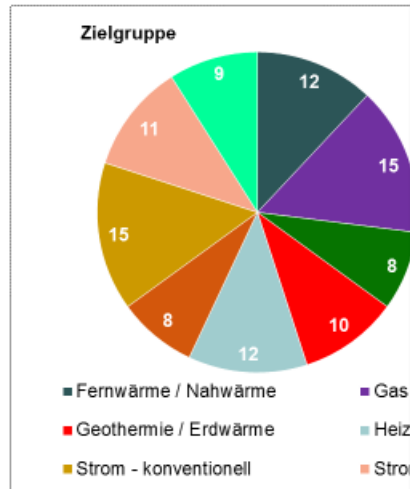
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



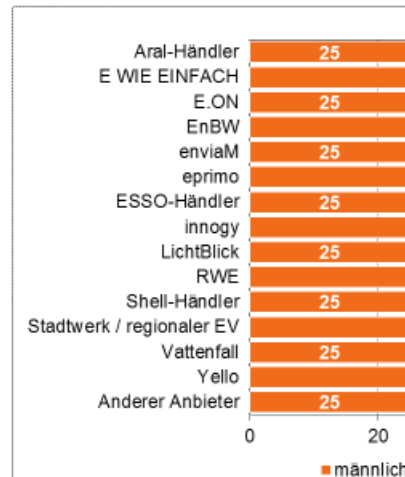
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Studie Vergl

Energieanbieter

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



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

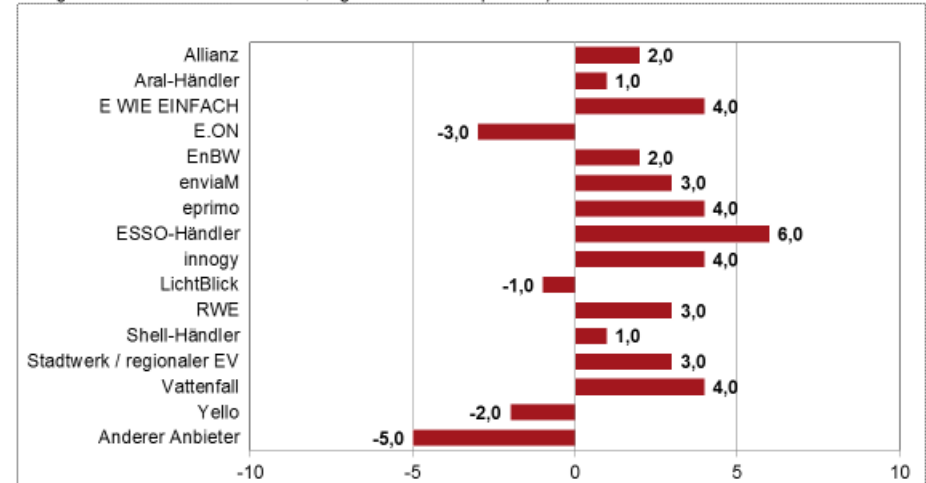


Studie Vergl

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 Vergleichsportalkunden 2020

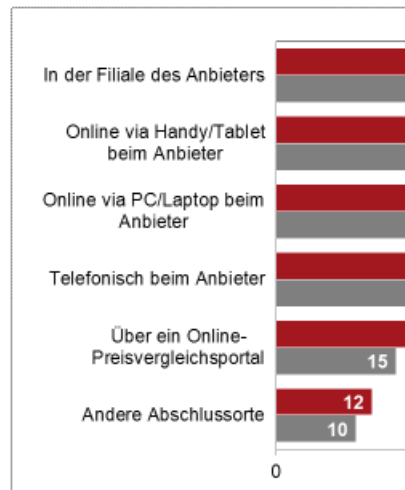
Welche Produktgruppen schließt die Zielgruppe verstärkt ab?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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

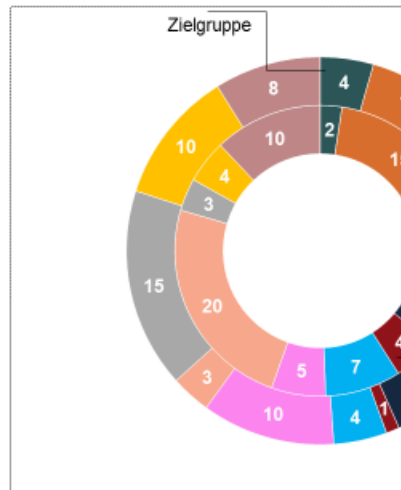


Fragestellung: siehe nächste Seite. * Basis: letzte 5 Produktabschlüsse bis zu fünf letzten Energieproduktabschlüssen einen online Abs

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



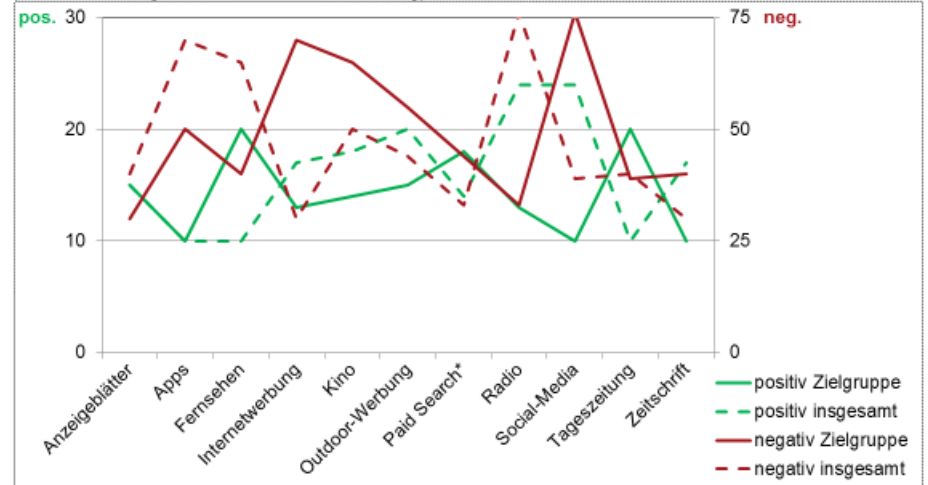
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

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 Vergleichsportalkunden 2020

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 Vergleichsportalkunden 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:

- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2020
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Ökostrom 2020
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2020
- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2019
- Studie eVisibility Energie 2019
- Studie eVisibility Energiesparen 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Energiebranche wurden seit 2010 40 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 80 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

