

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

Studiensteckbrief

Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2022

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Energieanbieter 2022

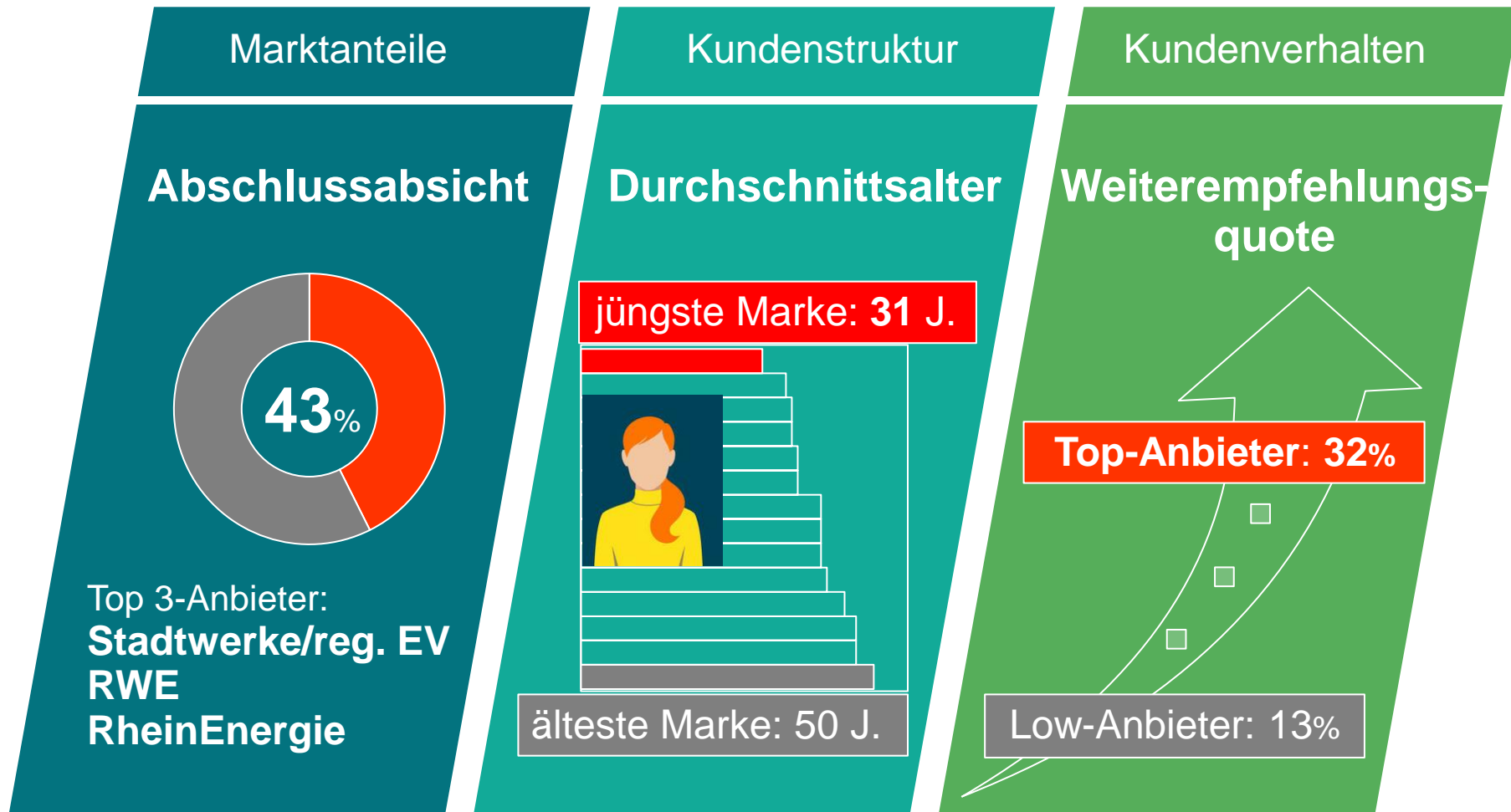
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die Kundenstrukturen der Energieanbieter zeigen deutliche Unterschiede. So liegt das Durchschnittsalter bei den untersuchten Anbietern zwischen 31 und 50 Jahren.
- Die Kundenausschöpfung variiert beträchtlich. Zwischen 62 und 80 Prozent der Energieproduktabschlüsse eigener Kunden entfallen auf den jeweiligen Anbieter.
- Empfehlungen sind bedeutende Motivatoren beim Energieproduktabschluss.
- Der Anteil treuer Kunden weist bei den untersuchten Anbietern eine besonders große Spannweite auf.
- Im Durchschnitt werden knapp zwei Drittel der Energieproduktabschlüsse online abgeschlossen. Je nach Anbieter unterscheiden sich die Abschlussorte beträchtlich.
- Im Schnitt geht etwas mehr als die Hälfte der Kontakte zwischen Anbieter und Kunde vom Energieanbieter aus. Die beiden Kontaktmöglichkeiten E-Mail und Post halten dabei ähnliche Anteile.
- Ein Anbieter hebt sich bei den Kundenprofilen mit weit überdurchschnittlichen Rängen ab.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Energiekunden**

von insgesamt **14 Energieanbietern**

auf Basis von **2.000 Online-Interviews**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 121 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

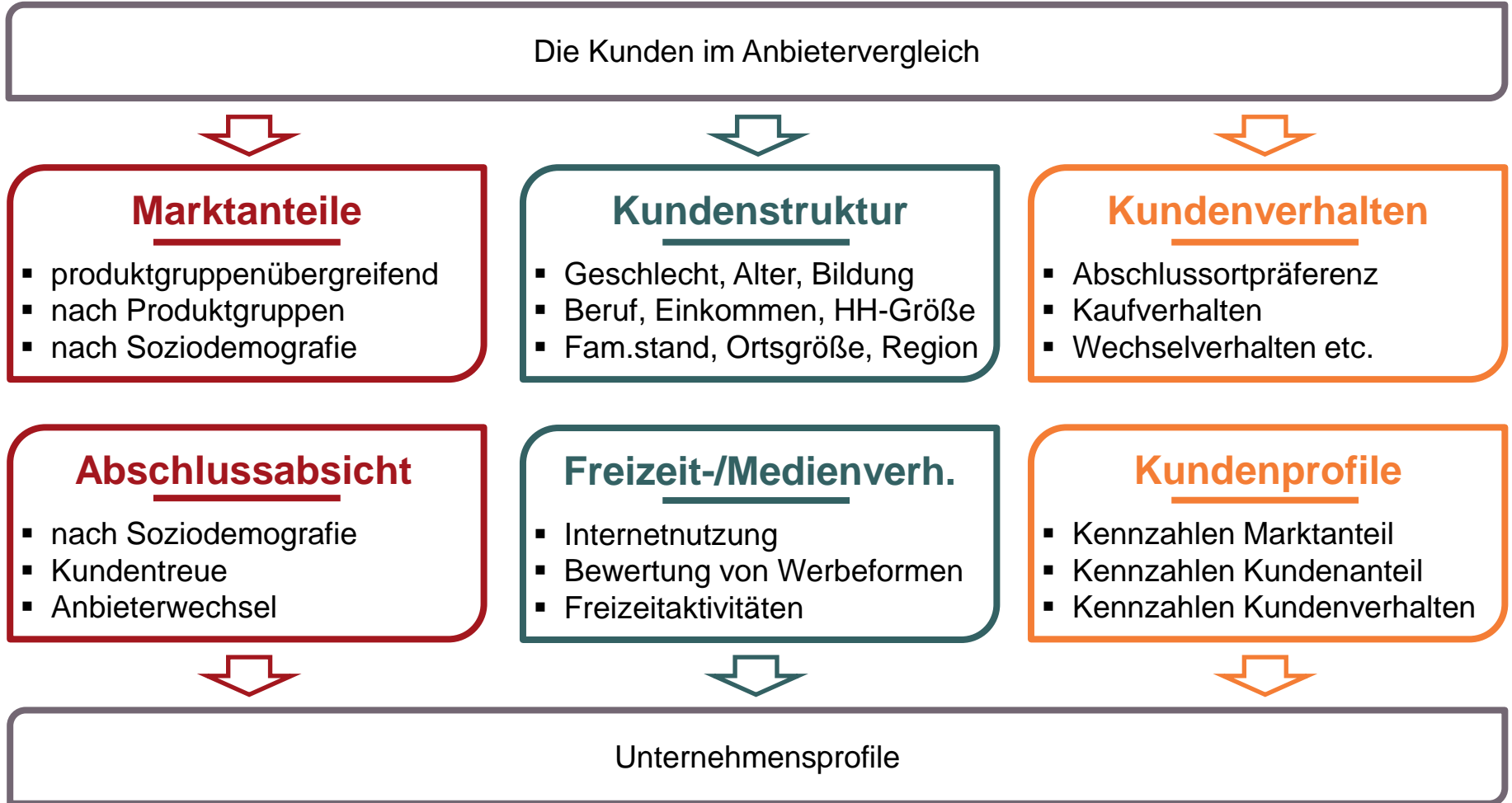
Nutzen: Benchmarking von
Kundenstruktur und Kundenverhalten

untersuchte Energieanbieter:

- E WIE EINFACH
- E.ON
- EnBW
- enviaM
- Eprimo
- EWE
- Innogy
- LichtBlick
- MVV
- RheinEnergie
- RWE
- Stadtwerke / regionale
Energieversorger
- Vattenfall
- Yello

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- welche Marktanteile ergeben sich für die Unternehmen?
- welche Kundenstruktur weisen die Anbieter auf?
- wie unterscheidet sich das Kundenverhalten?
- welche Abschlussmotivation begründete den letzten Energieproduktabschluss
- welches Wechselverhalten zeigt der nächste Abschluss?
- über welche Freizeitaktivitäten und Medien sind die Kunden erreichbar?
- bei welchen Marketing-Kennzahlen zeigen sich Potenziale?

Die Studie in Zahlen:

- 2.000 Online-Interviews
- 2.799 analysierte Produktabschlüsse
- 14 im Detail analysierte Anbieter
- 5 Abschlussorte
- 8 Produktgruppen
- Bewertung von 11 Werbemedien-gattungen
- 14 Marketing-Kennzahlen im Anbietervergleich

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 2.000 Online-Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Ermittlung der Unternehmensprofile hinsichtlich Kundenstruktur, Kundenverhalten und Marktpositionierung. Die Studie ist im November 2022 erschienen.

Preis der Studie: Die 121 Seiten umfassende Studie kostet **2.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Marktanteile	12
Marktanteile in der Online-Bevölkerung insgesamt, nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Abschlussmotivation, Abschlussort, Abschlussabsicht, Anteile der Anbieter an den Produktabschlüssen in den Produktkategorien	
➤ Kundenstruktur	27
Kundenstruktur nach Geschlecht, Alter, Bildung, Beruf, HH-Bruttoeinkommen, Haushaltsgröße, Familienstand, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße	
➤ Kundenverhalten	40
Kundenausschöpfung, Abschlussart des letzten Produkts, Abschlussmotivation, Werbewirksamkeit, Weiterempfehlungsquote, Frequenz der Produktabschlüsse, Kundentreue, zuletzt genutzte Produktgruppe, Produktnutzung nach Anbietern, Abschlussort, Kaufverhaltensrelevante Einstellungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Abschlussabsicht	67
Abschlussabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	75
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Anbieter	98
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 14 Anbieter, Ränge in den Kennzahlengruppen	
➤ Positionierung	117
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	120

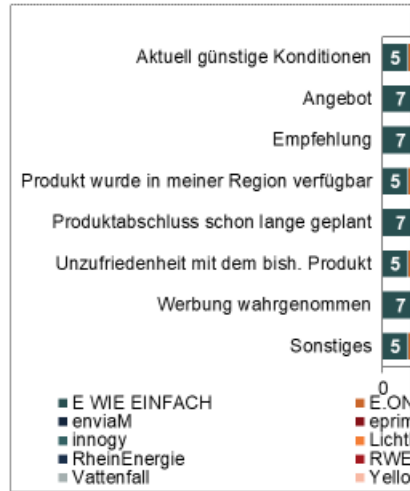


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

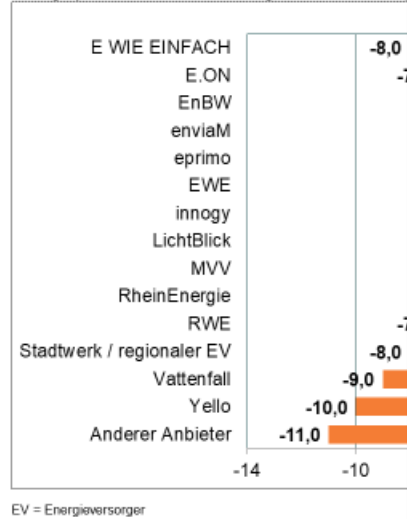
Marktanteile

Marktanteile der Energieanbieter nach Abschlussmotivation (Angaben in %)



Marktanteile

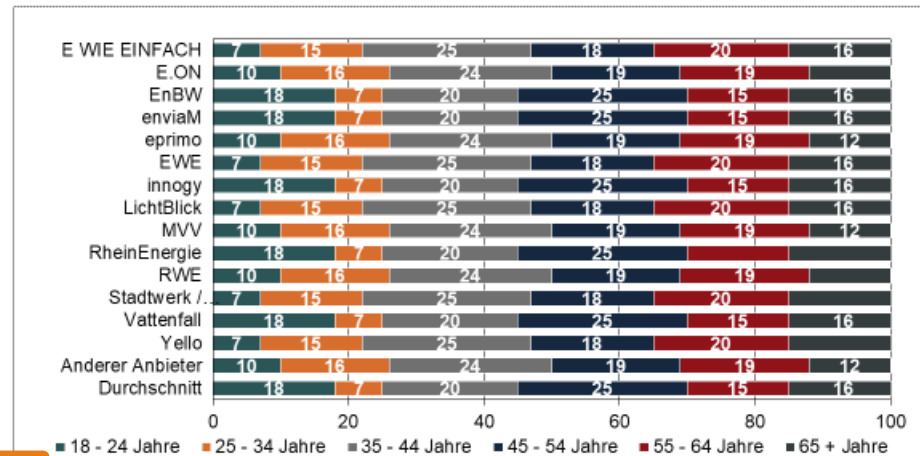
Differenz der Marktanteile in der Online-Bevölkerung (Abschlussabsicht abzüglich letzte Energieproduktabschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)



In welchen Altersgruppen sind die Anbieter erfolgreich?

Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



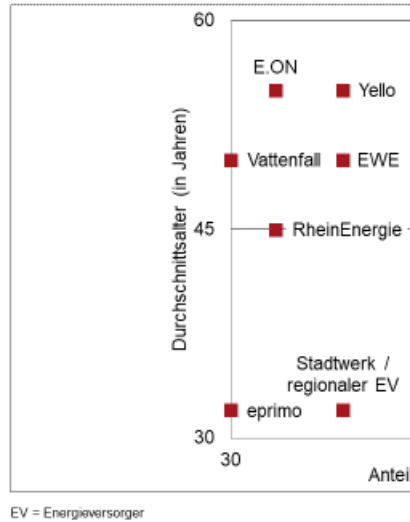
In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

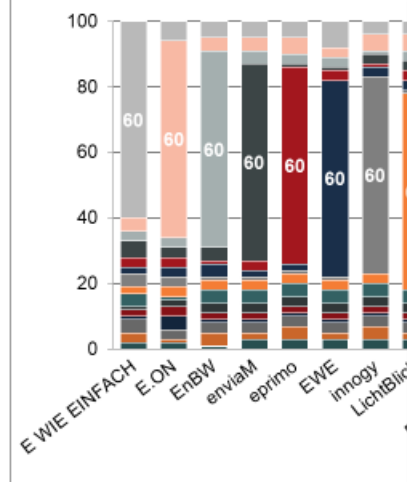
Kundenstruktur

Positionierung der Energieanbieter nach Kundenstruktur



Kundenverhalten

Kundenausschöpfung – Anteil eigene Produktnutzungen an allen Produktnutzungen eigener Kunden (Angaben in %)

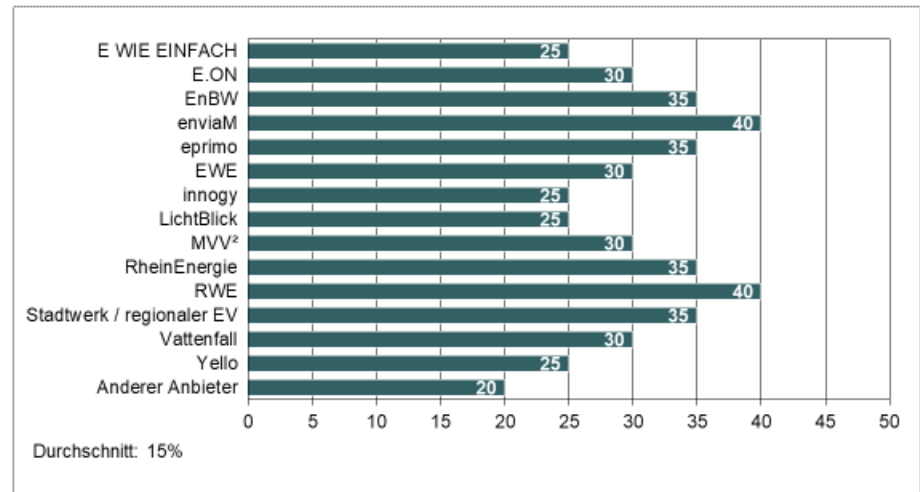


Lesbeispiel: Von allen Energieproduktabschlüssen, welche E.ON-

Welcher Anbieter verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?

Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)



¹ Produkt wurde aufgrund einer Empfehlung abgeschlossen; Basis: letzter Produktabschluss; EV = Energieversorger

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie

Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

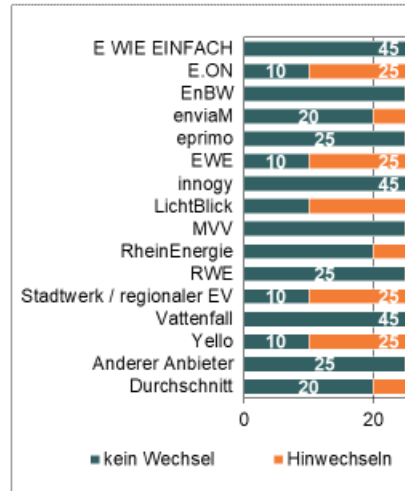
Studie Unternehmensprofile
Energieanbieter 2022

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)

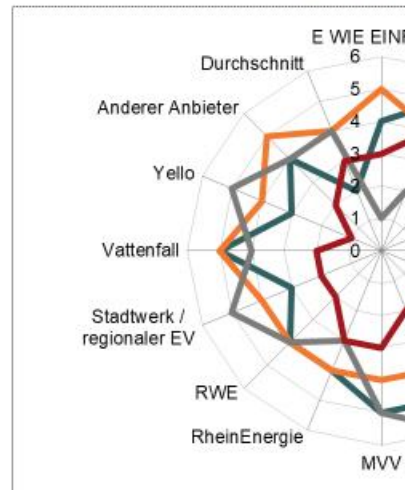


EV = Energieversorger



Freizeit- und Medienverhalten

Freizeitaktivitäten der Kunden – Sport (2) (Angaben in % aller genannten Freizeitaktivitäten)



Fragestellung: Wählen Sie fünf Freizeitaktivitäten die Ihnen wichtig sind



Welche Anbieter sind die Marketing-Benchmarks?

Kundenprofile der Energieanbieter

Überblick – E.ON

Kategorie	Beschreibung	Anteil	Rang	Kundenstruktur		
				Anteil	Rang	Anteil
Marktanteil*	insgesamt	1,1%	Rang 1	Neukundenüberschuss	8,8%	Rang 10
	im primären Nielsen-Gebiet (HE,RP,SL)	2,2%	Rang 2	Abschlussabsicht: Kunden < 45 Jahre	9,9%	Rang 11
	Abschlussabsicht	3,3%	Rang 3	Kundenloyalität	11,1%	Rang 12
	in primärer Produktkategorie (BG)	4,4%	Rang 4	Empfehlungsquote	22,2%	Rang 13
Kundenstruktur	4+-Personen-Haushalte	5,5%	Rang 5	online Abschluss	33,3%	Rang 14
	Haushaltsbruttoverdienst > 60.000€	6,6%	Rang 6	kein Wechsel trotz besserer Kondition.	44,4%	Rang 15
	Kunden-ausschöpfung	7,7%	Rang 7	Kauffrequenz bis 2 Jahre	55,5%	Rang 16



Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2022

Welche Wechselrichtungen herrschen vor?

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 2.700 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 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:

- St. Energiemarkt-Zielgr. Einkommensstarke Haush. 2022
- Studie eVisibility Energie 2022
- Studie Kundenpfade Energie 2022
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2022
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2022
- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien Spezialist. Seit 2015 sind 40 Studien zur Energiebranche erschienen. In der Studienreihe Unternehmensprofile wurden bisher über 30 Studien veröffentlicht.

