

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

Studiensteckbrief

# Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2024

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

November 2024



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Unternehmensprofile Energieanbieter 2024

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Welche **Kundenstrukturen** weisen die 13 analysierten Energieanbieter auf?



Wie unterscheidet sich das **Kundenverhalten**? Welcher Anbieter hat die höchste Weiterempfehlungsquote, wer liegt vorn bei der Kundenausschöpfung?



Welche **Abschlussmotivation** begründete den letzten Energieproduktabschluss?



Welches **Wechselverhalten** zeigt der nächste Produktabschluss auf?



Wer sind die **Benchmarks** bei Marktanteil, Kundenstruktur und -verhalten?



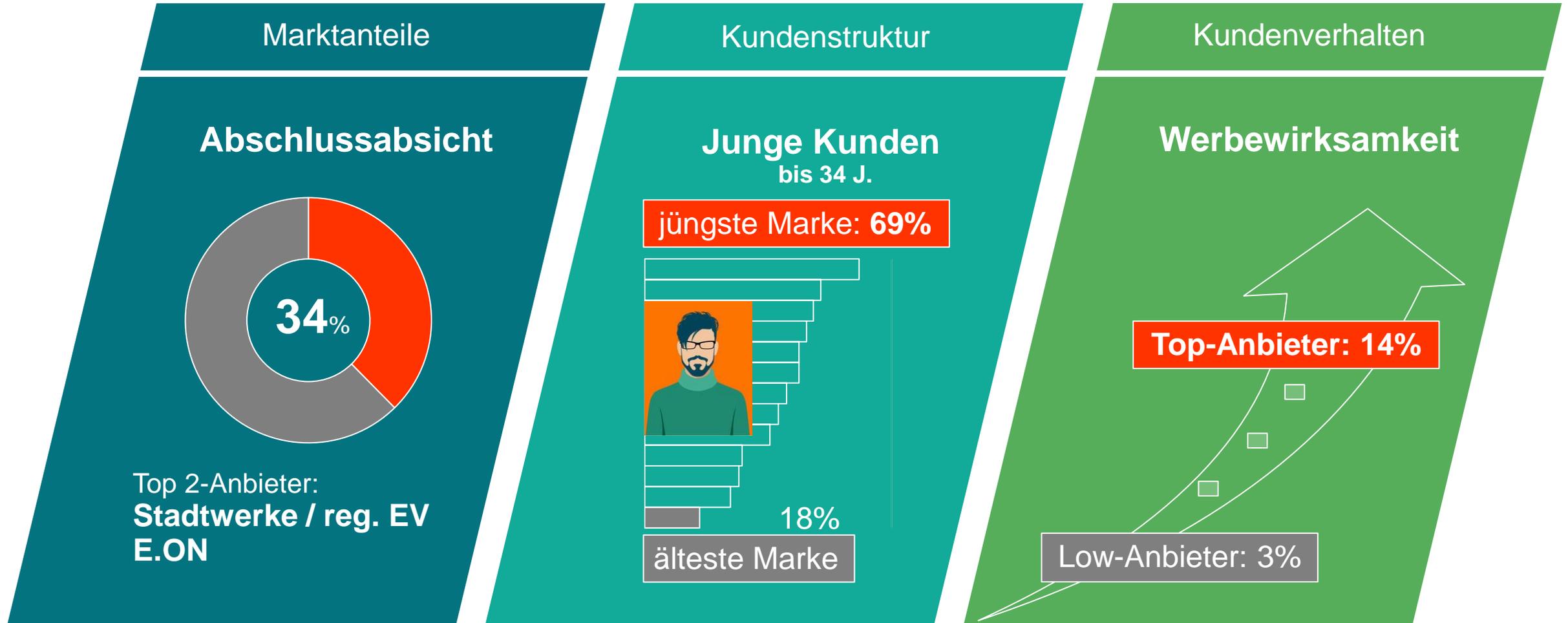
Über welche **Freizeitaktivitäten** und **Medien** sind die Kunden erreichbar?



Bei welchen **Marketing-Kennzahlen** zeigen sich Potenziale?

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Energiekunden**

von insgesamt **13 Energieanbietern**

auf Basis von **4.000 Online-Interviews**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 118 PowerPoint-Seiten

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

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

**Nutzen:** Benchmarking auf Basis von Marketingkennzahlen zu Kundenstruktur und Kundenverhalten

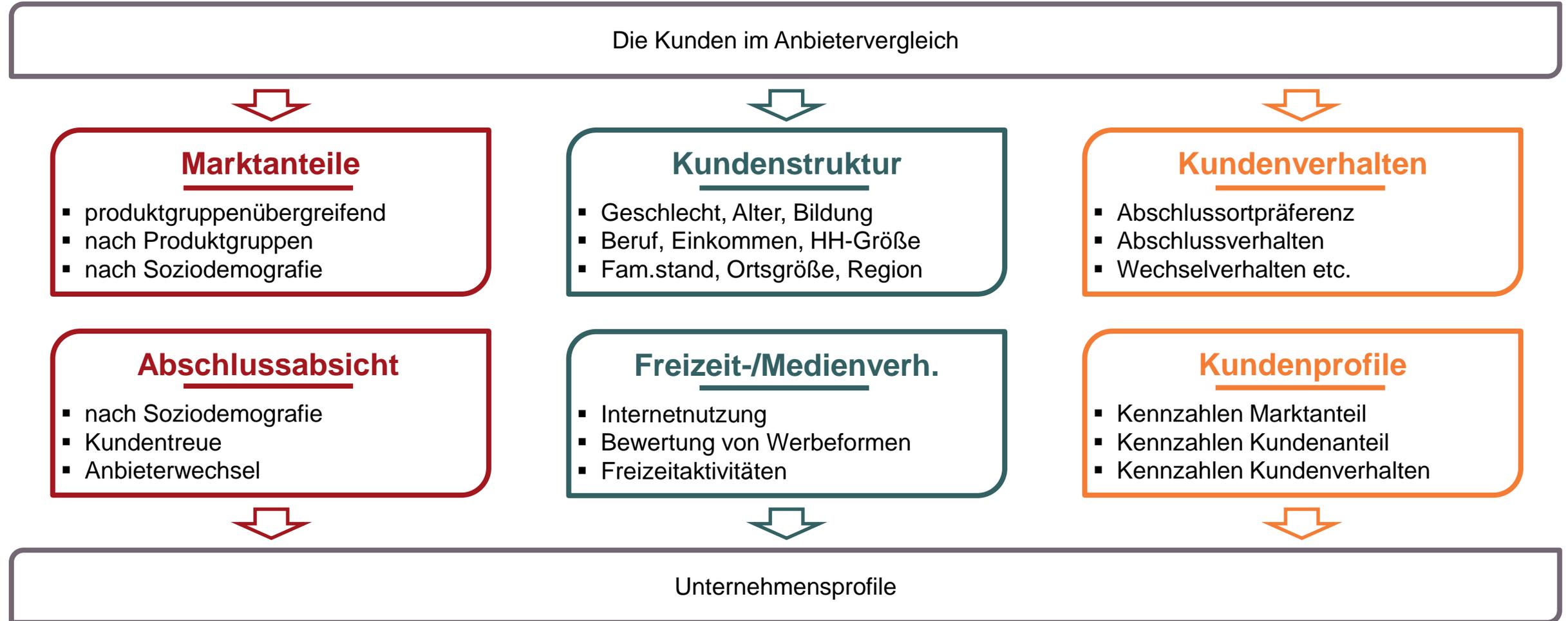
## untersuchte Energieanbieter:

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



# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

**4.000**

Online-Interviews

**5.514**

analysierte Produktabschlüsse

**13**

im Detail analysierte Energieanbieter

**5**

Abschlussorte

**8**

Produktgruppen

**11**

Werbemediengattungen

**14**

Marketing-Kennzahlen im Anbietervergleich

### Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 4.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ (auf zwei Jahre verteilt) bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Ermittlung der Unternehmensprofile hinsichtlich Kundenstruktur, Kundenverhalten und Marktpositionierung. Die Studie ist im November 2024 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 118 Seiten umfassende Studie kostet **3.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Unternehmensprofile Energieanbieter 2024

# Inhaltsverzeichnis

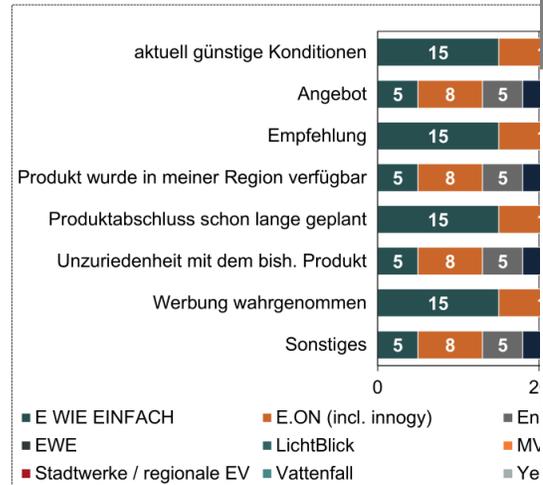
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Marktanteile	12
Marktanteile in der Online-Bevölkerung insgesamt, nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Abschlussmotivation, Abschlussort, Abschlussabsicht, Anteile der Anbieter an den Produktabschlüssen in den Produktkategorien	
➤ Kundenstruktur	28
Kundenstruktur nach Geschlecht, Alter, Bildung, Beruf, HH-Bruttoeinkommen, Haushaltsgröße, Familienstand, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße	
➤ Kundenverhalten	41
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	66
Abschlussabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	74
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Anbieter	96
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 13 Anbieter, Ränge in den Kennzahlengruppen	
➤ Positionierung	114
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	117

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Marktanteile

Marktanteile der Anbieter nach Abschlussmotivation (Angaben in %)

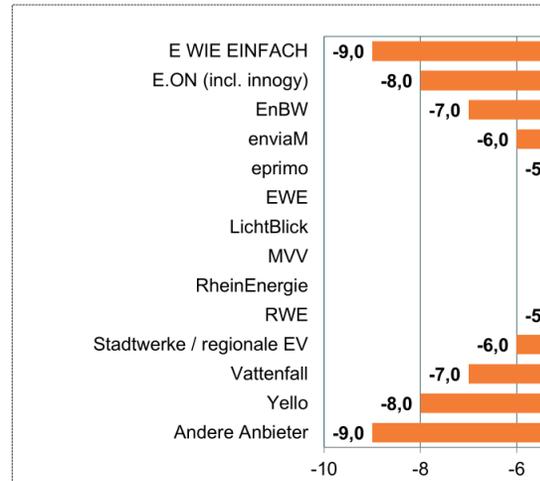


Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das letzte Energieprodukt abge-



### Marktanteile

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



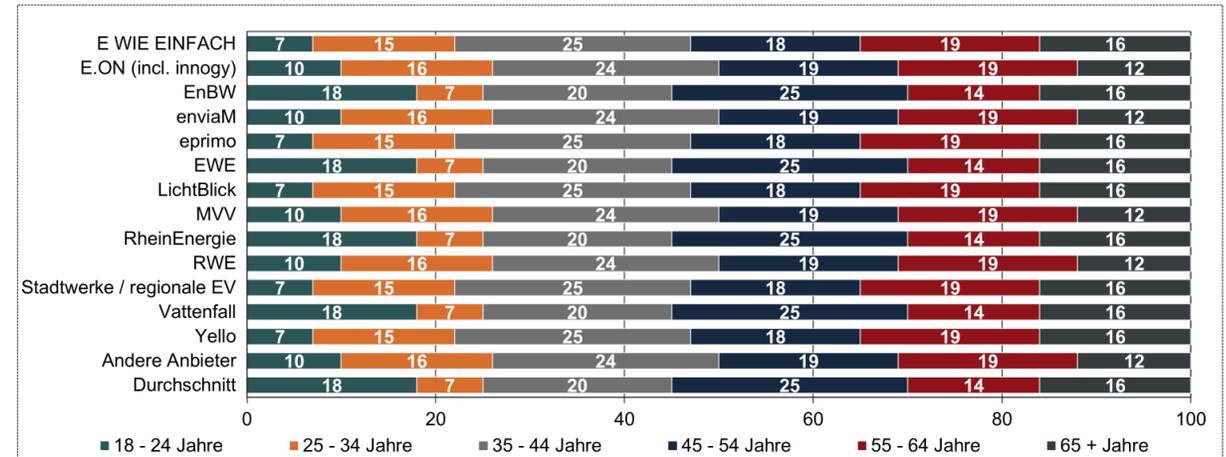
Basis: letzte fünf Produktabschlüsse, nächster geplanter Abschluss; EV = Energieversorger



In welchen Altersgruppen sind die Anbieter erfolgreich?

### Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie? EV = Energieversorger



Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2024

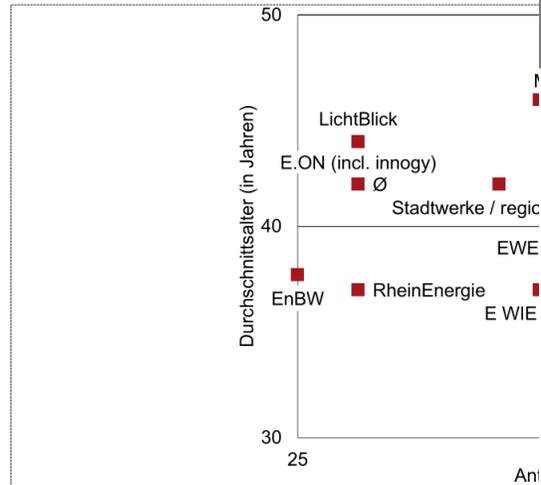
In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kundenstruktur

#### Positionierung der Anbieter nach Kundenstruktur

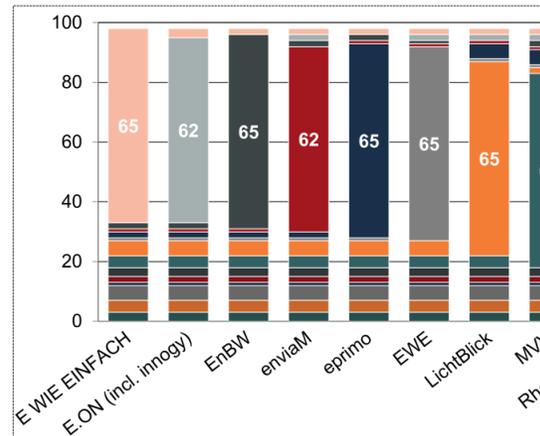


Fragestellung: Wie alt sind Sie? Ihr Geschlecht? EV = Energieversorger



### Kundenverhalten

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



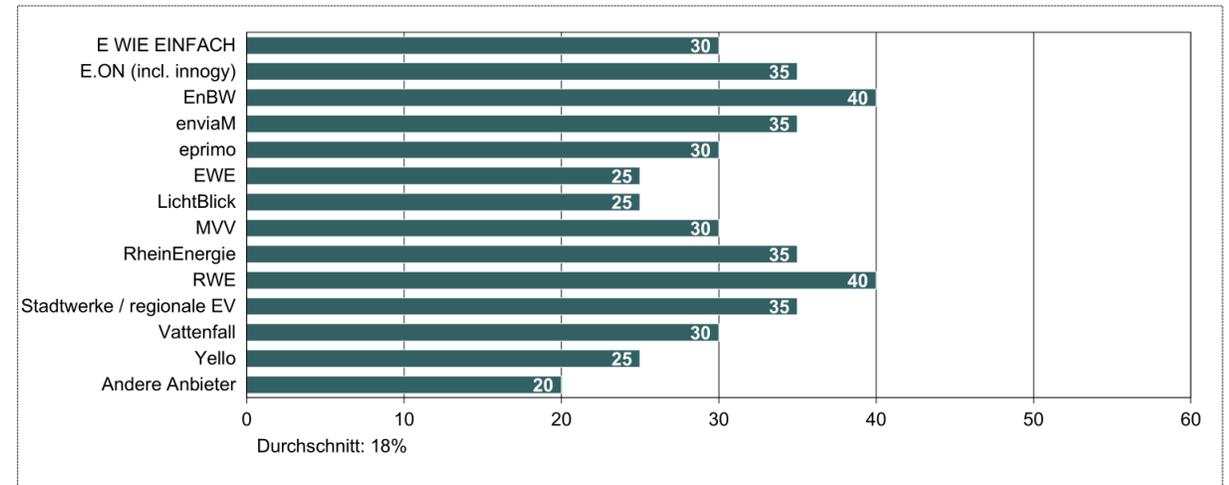
Lesebeispiel: Von allen Produktabschlüssen, welche Vattenfall-Kunden getätigt haben, ent



**Welcher Anbieter verfügt über die höchste Weiterempfehlungsquote?**

### Kundenverhalten

#### Weiterempfehlungsquote<sup>1</sup> (Angaben in %)



<sup>1</sup> Produkt wurde aufgrund einer Empfehlung abgeschlossen; Basis: letzter Produktabschluss; EV = Energieversorger



Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2024

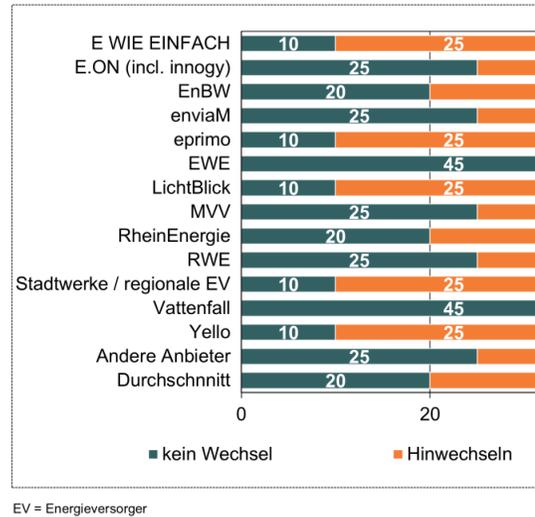
**Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?**

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

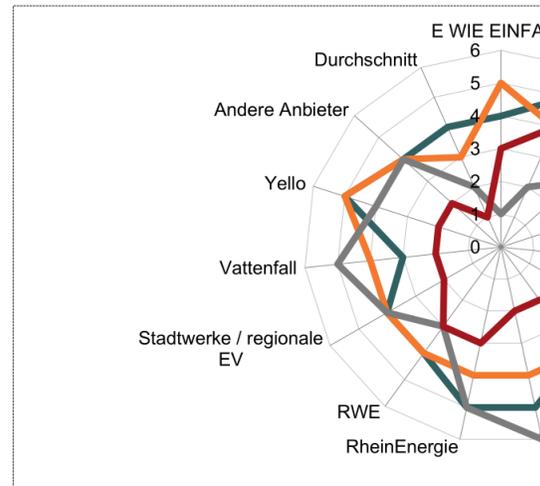
### Abschlussabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



### Freizeit- und Medienverhalten

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



Welche Anbieter sind die Marketing-Benchmarks?

### Kundenprofile der Anbieter

Überblick – E WIE EINFACH

Kategorie	Beschreibung	Anteil	Rang	Kundenstruktur	
				Beschreibung	Anteil
Marktanteil	insgesamt	11,1%	Rang 3	Neukundenüberschuss	18,8% Rang 6
	im primären Nielsen-Gebiet (NRW)	12,2%	Rang 7	Anteil Kunden < 45 Jahre	19,9% Rang 2
	Abschlussabsicht	13,3%	Rang 1	Kundenloyalität	20,0% Rang 11
	In primärer Produktgruppe (Biogas)	14,4%	Rang 15	Empfehlungsquote	21,1% Rang 5
Kundenstruktur	4+-Personen-Haushalte	15,5%	Rang 5	Onlineabschluss	22,2% Rang 4
	Haushaltsbruttoverdienst > 60.000€	16,6%	Rang 4	kein Wechsel trotz besserer Kondition.	23,3% Rang 7
	Kundenausschöpfung	17,7%	Rang 3	Abschlussfrequenz bis 2 Jahre	24,4% Rang 8

Welche Wechselrichtungen herrschen vor?



Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2024

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto: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 3.700 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2024**.

**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.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

Seit dem Jahr 2022 sind mehr als zehn Studien aus der Reihe Unternehmensprofile zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Energiebranche:

- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2024
- Studie eVisibility Energie 2023
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Stromanbieterwechsler 2024
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2024
- Studie eVisibility Photovoltaik 2024
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Stadtwerke-Kunden 2024

Energiebranche: seit 2020 mehr als 35 Studien veröffentlicht

