

Studie Energiemarktforschung in Deutschland

erarbeitet von:

planung & analyse, Frankfurt am Main, www.planung-analyse.de
research tools, Esslingen am Neckar, www.research-tools.net

April 2014

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	11
➤ Energiemarktforschung aus Nachfragersicht	
▪ Aktuelle Herausforderungen, Trends und Entwicklungen	23
Durchführung von Energiemarktforschung, Anzahl der in 2013 durchgeführten Energiemarktforschungs-Projekte, Entwicklung der Projekt-Anzahl im Bereich Energiemarktforschung, Zukünftige Entwicklung der Projekt-Anzahl im Bereich Energiemarktforschung, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Bereiche im Vergleich, Aktuelle Trends im Bereich Energiemarktforschung,	
▪ Erhebungsverfahren und Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern	30
Art der verarbeiteten Daten bei den Energiemarktforschungs-Projekten, Quantitative Erhebungsverfahren, Bereiche in denen Energiemarktforschungs-Projekte durchgeführt wurden, Markenbewertung, Gründe für die Durchführung der Markenbewertung, Form der Beteiligung der verschiedenen Abteilungen bei Planung, Methodenwahl, Informationsgewinnung, Informationsanalyse, Reporting und Ableitung/Umsetzung von Handlungsempfehlungen, Zusammenarbeit mit Dienstleistern	
▪ Projektstatistik und Musterprojekte	41
befragte Zielgruppen, Art der ausgewerteten Daten, Art des letzten Energiemarktforschungs-Projekts, Methode, Anzahl der Interviews, Dauer der Interviews, Dauer der Feldzeit, Branche, Musterprojekte Energiemarktforschung	

Inhaltsverzeichnis

➤	Energiemarktforschung aus Anbietersicht	
▪	Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends	59
	Angebot von Energiemarktforschung, Zeitpunkt, seit dem Energiemarktforschung durchgeführt wird, Anzahl der in 2012 durchgeführten Energiemarktforschungs-Projekte, Bereiche in denen Energiemarktforschungs-Projekte durchgeführt werden, Art der verarbeiteten Daten bei den Energiemarktforschungs-Projekten in 2012, Quantitative Erhebungsverfahren, Qualitative Erhebungsverfahren, Kundenart, Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern, Hauptwettbewerb, Entwicklung der Anzahl der Energiemarktforschungs-Projekte, Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung der Projekte, Zukünftige Entwicklung unterschiedlicher Marktforschungsthemen im Vergleich, Aktuelle Trends im Bereich Energiemarktforschung	
▪	Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends	77
	22 Institutsmanager skizzieren aktuelle Aspekte der Energiemarktforschung	
▪	Projektstatistik Energiemarktforschung: Thema, Zielgruppe, Branche etc.	86
	Art des letzten Energiemarktforschungs-Projekts, Art des letzten Projekts, Studien zu verschiedenen Themen im Vergleich, Projektart des letzten Energiemarktforschungs-Projekts, Art der ausgewerteten Daten des letzten Energiemarktforschungs-Projekts, Eingesetzte Methoden, Anzahl der Interviews, Dauer der Interviews beim letzten Energiemarktforschungs-Projekt, Dauer der Feldzeit, Verantwortliche Abteilung, Branche in der das letzte Energiemarktforschungs-Projekt durchgeführt wurde	
▪	Ausgewählte letzte Projekte der Anbieter	107
	Musterprojekte Energiemarktforschung	
▪	Anbieterübersicht und Anbieterprofile	114
	Anbieterprofile von 23 Anbietern von Leistungen im Thema Energiemarktforschung	
➤	Literatur	139
➤	Kontakt	142

Management Summary

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Energiemarktforschung aus Nachfragersicht
 - Aktuelle Herausforderungen, Trends und Entwicklungen
 - Erhebungsverfahren und Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern
 - Projektstatistik und Musterprojekte
- Energiemarktforschung aus Anbietersicht
 - Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends
 - Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends
 - Projektstatistik Energiemarktforschung: Thema, Zielgruppe, Branche etc.
 - Ausgewählte letzte Projekte der Anbieter
 - Anbieterübersicht und Anbieterprofile
- Literatur
- Kontakt

Energiemarktforschung aus Anbietersicht

Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Energiemarktforschung aus Nachfragersicht
 - Aktuelle Herausforderungen, Trends und Entwicklungen
 - Erhebungsverfahren und Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern
 - Projektstatistik und Musterprojekte
- Energiemarktforschung aus Anbietersicht
 - Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends
 - Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends
 - Projektstatistik Energiemarktforschung: Thema, Zielgruppe, Branche etc.
 - Ausgewählte letzte Projekte der Anbieter
 - Anbieterübersicht und Anbieterprofile
- Literatur
- Kontakt

Energiemarktforschung aus Anbietersicht

Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends

Nelly Kern, Research Director, insight europe GmbH



Die weltweite Energiewirtschaft ist im Umbruch und geprägt von sich häufig ändernden Erwartungen und Anforderungen auf Anbieter- und Nachfrageseite, sowie einer zunehmenden Verzahnung der globalen Energiesysteme. Im Kontext dieses volatilen Umfelds wird die Energiemarktforschung weiter an Bedeutung gewinnen. Die steigende Komplexität der Zusammenhänge stellt eine große Herausforderung für Auftraggeber und Anbieter von Energiemarktforschung dar.

Thomas Braun, Geschäftsführender Gesellschafter, HKM GmbH



Die Deutschen stehen zu erneuerbaren Energien ... bis es an den eigenen Geldbeutel geht. Sind wir in Wirklichkeit Ökoferkel? Wie erreichen wir ‚Herz und Hand‘ der Konsumenten? ‚Dezentrale Versorgung‘ und ‚intelligente Haushalte‘ generieren neue Marktchancen. In der Industrie steht Energieoptimierung im Mittelpunkt, im Einkauf und in der Anwendung. Wer profitiert davon? Energieversorger? Einkaufsgemeinschaften? Energie-Consultants? Unser Ansatz: Es ist wichtig, genauer hinter die Fassaden zu blicken, um Marktherausforderungen erfolgreich zu meistern.

Dr. Tomas Jerkovic, Senior Research Manager, Gesellschaft für Innovative Marktforschung GmbH



Der Energiemarkt gehört aus Forschungssicht zu den aufregendsten und dynamischsten Branchen überhaupt. Eine starke Triebfeder hierfür sind natürlich zum einen die bahnbrechenden Entwicklungen auf politischer Ebene (Energiewende, Erneuerbare Energien), aber auch Trends wie Energieeffizienz, smart grid oder E-Mobility. Angesichts dieses tiefgreifenden Wandels gilt es als Marktforschungsanbieter, nahe an den Konsumenten zu sein und zu bleiben, um Anbietern belastbare Informationen für ihre Entscheidungen zu bieten.

Energiemarktforschung aus Anbietersicht

Anbieterübersicht und Anbieterprofile

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Energiemarktforschung aus Nachfragersicht
 - Aktuelle Herausforderungen, Trends und Entwicklungen
 - Erhebungsverfahren und Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern
 - Projektstatistik und Musterprojekte
- Energiemarktforschung aus Anbietersicht
 - Aktueller Stand, Herausforderungen, Entwicklungen und Trends
 - Statements der Institutsverantwortlichen zu aktuellen Herausforderungen und Trends
 - Projektstatistik Energiemarktforschung: Thema, Zielgruppe, Branche etc.
 - Ausgewählte letzte Projekte der Anbieter
 - Anbieterübersicht und Anbieterprofile
- Literatur
- Kontakt

Kontakt- und Firmendaten:

Firma:	GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung		
Ansprechpartner/ Email:	Dr. Tomas Jerkovic, t.jerkovic@g-i-m.com		
Homepage:	www.g-i-m.com		
Firmentyp:	Full-Service Marktforschungs-Institut		
gegründet:	1987	Verbandsmitgliedschaften:	BVM, ESOMAR, DGOF, EphMrA, Popai
Mitarbeiter:	110		

Erfahrung im Bereich Energiemarktforschung:

Referenzen Energie:

Langjährige Forschungsarbeit für große Energieanbieter, beispielsweise RWE

Veröffentlichungen / Vorträge im Thema Energie:

„Energieeffizienz - viel mehr als Umweltschutz und Sparsamkeit“ (p&a1/2012, Mitarbeit); „Emotionale Motive der Verbraucher“ (stadt + werk 3/2012)

Stärken im Bereich Energiemarktforschung:

Mit welchen Methoden/ Modellen arbeiten Sie?

Alle Methoden, die uns zur Verfügung stehen, qualitativ (Focus Groups, IDIs, Ethnografie, mobile, etc.) wie quantitativ (CAPI, CAWI, CATI, mobile, Conjoint, etc.) und auch Online (Communities, Online Groups, Social Media research) wie offline.

Welche eigenen Instrumente/ Produkte bieten Sie an und wodurch zeichnen sie sich aus?

- 1) ICU™ Integrated Consumer Understanding: Ganzheitliches Zielgruppen-Marken-Modell, das die komplexe Interaktion zwischen Zielgruppen und Marken mit zwei integrierten Teilmodellen modelliert.
- 2) GIM Customer Journey

USPs im Bereich Energiemarktforschung:

- 1) Enge Verzahnung zwischen qual und quant Forschung, v.a. im Bereich Zielgruppen und Marken (ICU™).
- 2) Neben Konsumentenforschung regelmäßig Forschung auf TOP Entscheider-Ebene