



Mehrbezieher-Studie von
YouGov Deutschland

Social Media Branchen-Report: Energie

Sind Energie-Unternehmen auf der Höhe
ihrer Kunden?



Werner Grimmer | werner.grimmer@yougov.de | +49 221 42061 294

Johannes Mirus | johannes.mirus@yougov.de | +49 221 42061 472



1

Social Media: Status Quo



1

Warum Social Media? - Aus Nutzersicht -

Auf Social-Media-Plattformen steht der Nutzer im Mittelpunkt

- Gestaltung und Veröffentlichung eigener Online-Inhalte (User Generated Content) ohne Kenntnisse von Programmiersprachen
 - ⇒ User wird zum „Prosumenten“, der nicht nur Inhalte und Informationen konsumiert sondern auch produziert

- Austausch und soziale Interaktion mit anderen Usern auf einfach zu bedienenden, nutzerfreundlichen Plattformen
 - ⇒ Veränderte Wahrnehmung und Nutzung sowie „Demokratisierung“ des Internets durch Wandel von one-to-many hin zu many-to-many Kommunikation



Social-Media-Plattformen befriedigen Grundbedürfnisse des Menschen nach Selbstdarstellung, sozialen Kontakten und Kommunikation

1

Warum Social Media? - Aus Unternehmenssicht -

Neue Möglichkeiten, um mit (potenziellen) Kunden in Kontakt zu treten

- Das Marketing befindet sich in einer Lern- und Umbruchphase
- Kommunikation wandelt sich, weil Konsumenten mitreden und selbst festlegen, worüber gesprochen wird - und zwar öffentlich
- Das Wachstum von Social Media wird eine Zäsur in der Kommunikationsweise von Unternehmen mit ihren (potenziellen) Kunden mit sich bringen
- Das Nutzerpotenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft. Unternehmen, die es versäumen den Konsumenten auch über soziale Medien anzusprechen, verschenken Kundenbindung, Imagewerte und viele Möglichkeiten, neue Zielgruppen zu erschließen



▶ **Social Media ist relevant, innovativ und regt zum Dialog an**



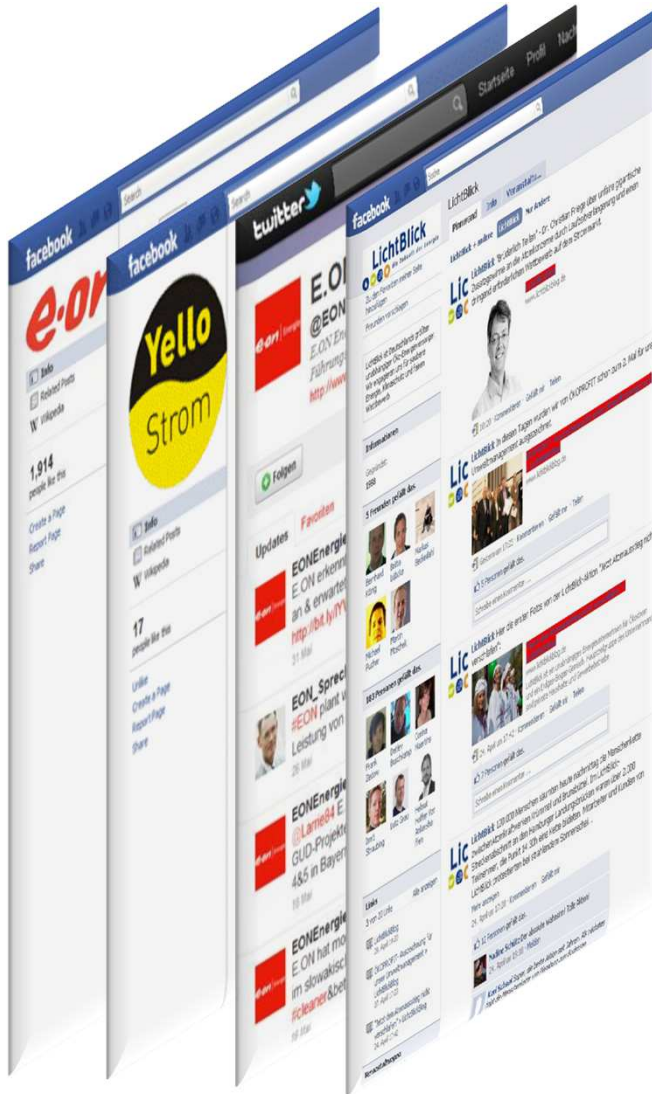
2

Untersuchungskonzept der Mehrbezieherstudie



Inhalte und Design der Studie

Lernen Sie, wie an Energiethemen interessierte Internetnutzer im Social Web „ticken“!



Inhalte:

- Analyse der Social-Media-Aktivitäten der Energie-Branche
- Wahrnehmung und Nutzung dieser Aktivitäten durch die an Energiethemen interessierten Internetnutzer in der Social Media
- Identifikation von Potenzialen für Social-Media-Angebote im Bereich Energie
- Consumer-Insights zu aktuellen Social-Media-Themen
- Vergleichende Analyse der Energie-Branche zu anderen Branchen

Design:

- Online-Befragung im YouGovPanel; Stichprobe n=1.000, repräsentativ für an Energiethemen interessierte Internetnutzer

Kernfragestellungen der Studie (I)

Inhalte des YouGov Social Media Branchen-Report: Energie

- Nutzung sozialer Netzwerke allgemein:**
 - Von wem werden soziale Netzwerke genutzt?
 - Welche sozialen Netzwerke werden genutzt?
 - Wie häufig werden soziale Netzwerke genutzt und aus welchen Gründen?
- Informations- und Abschlussverhalten beim Thema Energie:**
 - Wie informiert man sich über das Thema Energie und welche Rolle nimmt Social Media in diesem Prozess ein?
 - Welche Informationen zum Thema Energie werden in sozialen Netzwerken gesucht?
 - Wo werden aktuell und in Zukunft Produkte aus dem Bereich Energie bezogen?
- Wahrnehmung und Nutzung von Social-Media-Aktivitäten der Energie-Branche:**
 - Welche Aktivitäten aus dem Bereich Energie werden wahrgenommen? Wo?
 - Wodurch wurde man aufmerksam?
 - Welche Angebote werden genutzt / gewünscht?
 - Best-Practice-Beispiele aus Sicht der Nutzer?
 - Welche Einstellung zu Social-Media-Aktivitäten von Energie-Unternehmen besteht?
 - Wie vertrauenswürdig sind Social-Media-Plattformen in Bezug auf Energiethemen im Vergleich zu anderen Quellen?
 - Werden Social-Media-Plattformen für Weiterempfehlungen genutzt?



Kernfragestellungen der Studie (II)

Inhalte des YouGov Social Media Branchen-Report: Energie

- Fans / Gruppenmitglieder / Follower von Energie-Unternehmen:**
 - Wie viele User sind hier aktiv?
 - Aus welchen Gründen ist man aktiv oder nicht aktiv?



Ergebnisse der Studie

Aussagekräftiger Chartbericht inkl. Empfehlungen

Im Rahmen eines Chartberichts erhalten Sie...

- Aussagekräftige Darstellungen der Ergebnisse mit Interpretation
- Eine Management Summary mit Handlungsempfehlungen
- Für ausgewählte Fragestellungen:
 - Differenzierte Darstellung der Ergebnisse im Vergleich zu anderen Branchen
 - Subgruppenvergleiche nach Alter, Geschlecht, Haushaltsnettoeinkommen und Bildungsstand



Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Bestellung via Fax an (0221) 42061-100, z.Hd. Herrn Grimmer / Herr Mirus

Studienbestellung: Social Media Branchen-Report: Energie

Preis zzgl. MwSt.

Social Media Branchen-Report: Energie

1.900,- €

Kontaktdaten

Name

Unternehmen

Anschrift

Email

Telefon

Telefax

Ort, Datum

Unterschrift



Ihre Ansprechpartner

Noch Fragen? Sprechen Sie uns gerne an!



Werner Grimmer
Head of Business Unit Energy

T +49 221 42061-294
F +49 221 42061-100
M +49 173 72 88-152

werner.grimmer@yougov.de



Johannes Mirus
Consultant

T +49 221 42061-472
F +49 221 42061-100
M +49 173 93 12-752

johannes.mirus@yougov.de

YouGov AG
Gustav-Heinemann-Ufer 72
D-50968 Köln

www.yougov.de



Anhang

Quellenangabe Fotos

- Yunus Arakon. „Like key on computer keyboard“. <http://www.istockphoto.com>
- Efendi Egemen. „Social Networking“. <http://fotolia.com>
- N-Media-Images. „Social Media Marketing.“ <http://fotolia.com>
- Stauke. „Bilanzierung“. <http://fotolia.com>

