

+++ E WIE EINFACH +++ E.ON +++ enercity +++ enviaM +++ eprimo +++ LichtBlick +++ RheinEnergie +++  
RWE +++ Stadtwerke Essen +++ Yello +++ E WIE EINFACH +++ E.ON +++ enercity +++ enviaM +++ enercity +

Studiensteckbrief

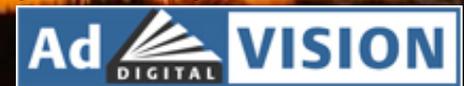
# Werbemarktanalyse Stromanbieter 2015

## Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

August 2015

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2015

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Für mediale Kommunikation haben die Top 10 der werbetreibenden Stromanbieter innerhalb eines Jahres insgesamt knapp 87 Millionen Euro ausgegeben.
- In den betrachteten Teilmärkten Imagewerbung, Strom, Range, Smarthome, Brennstoffe, Alternative Energien gehören die beiden erstgenannten aktuell zu den werbeintensivsten. Die Ausgaben im Bereich Image haben sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt.
- Der mit großem Abstand wichtigste Kommunikationskanal der Top 10-Werber war über die vergangenen fünf Jahren hinweg stets das Medium TV. Der Anteil lag zwischen 70 und 80 Prozent.
- Die Analyse qualitativer Kommunikationsaspekte zeigt teilweise deutliches Potenzial bei Alleinstellungsmerkmalen.
- Im Zentrum der Werbeziele stehen Kundengewinnung und -bindung. Hierzu kommen verschiedene Argumente und Anreize zum Einsatz.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Analyse von zehn **Stromanbietern**

mit den höchsten **Werbeausgaben**

in **sechs Produktmärkten**

alle Informationen komprimiert auf **112 PowerPoint-Seiten**

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

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

**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Top 10 werbungstreibende Stromanbieter:

- E WIE EINFACH
- enercity
- enviaM
- E.ON
- eprimo
- LichtBlick
- RheinEnergie
- RWE
- Stadtwerke Essen
- Yello



# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien der Top 10 werbungstreibenden Stromanbieter

## Trends

- Quantitative Entwicklungen im Fünf-Jahres-Vergleich
- Qualitative Tendenzen
- Analysen zu Marktvolumen und Marktentwicklung
- Bedeutung von Medien und Produktmärkten

## Benchmarks

- Werbeausgaben- und Werbedynamik-Rankings
- Ranking der 10 Top-Werber nach Werbeausgaben im Fünf-Jahres-Vergleich
- Verteilung der Werbeausgaben auf Medien und Produktmärkte

## Strategien der Top 10

- Zeitliche Werbedruckverteilung
- Analyse Top-Werbemotive (Ziel, USP, Tonalität etc.)
- Werbeschwerpunkte in Medien und Produktmärkten
- Qualitative und quantitative Erfolgskriterien mit Ranking

Werbe-Ranking

Motivanalyse

Werbe-Positionierung



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2015

# Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabetrends sind zu beobachten
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Unternehmen?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Anbieter?
- mit welchen Slogans oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10-Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Anbieter?

Die **112 Seiten umfassende Studie kostet 1.900 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

## **Forschungsdesign:**

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet, Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	17
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	21
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2014/2015, aktuelle Trends 2014/2015	
➤ Benchmarks	23
▪ Werbeausgaben-Rankings	26
Share of Voice der Top 10 Anbieter, Ranking der Top 10 Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top 10 Anbieter nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	27
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahres-Vergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbe- ausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten	30
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	36
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse der Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ E WIE EINFACH	41
▪ E.ON	46
▪ enercity	54
▪ enviaM	58
▪ eprimo	65
▪ LichtBlick	70
▪ Rheinenergie	74
▪ RWE	80
▪ Stadtwerke Essen	87
▪ Yello	92
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	97
▪ Motiv-Highlights	99
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikations-Positionierung	103
➤ Kontakt	111



# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

**Trends**  
Quantitative Entwicklungen nach Produktmärkten

Werbespendings der Top 10 Werber nach Produktmärkten im 5. Jahresvergleich (in Tsd. €)

Quelle: AdVision digital: Analysen durch research tools

**Trends**  
Aktuelle produktmarktübergreifende Trends

Aktuelle Trends von Mai 2014 bis April 2015

Kategorie	Top
Meist beworbene Produkte	Produkte
Meist geschaltete Medienkanäle	Medienkanäle
Meist genutzte Werbemedium	Werbemedien
Anzahl Motive	Werbemedien
Designelemente	Element
Kreativagenturen	AgenturXY

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVizi

**Welche Motive und Argumente kommunizieren die Stromanbieter?**

**Trends**  
Aktuelle Motivbeispiele und Nutzenargumente

Motivbeispiele

- > Argument
- > Motiv
- > Farbe
- > Design

Quelle: AdVision digital: Analysen durch research tools

**Welche Dynamik ist in den Teilmärkten erkennbar?**

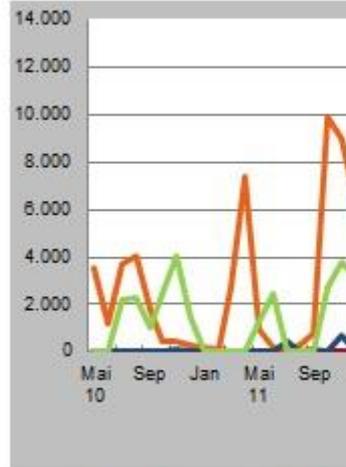
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Rankings der Stromanbieter produktmarktübergreifend

Entwicklung der Werbespendings der Top 10 Werber von Mai 2010 bis April 2015 (in Tsd. €)



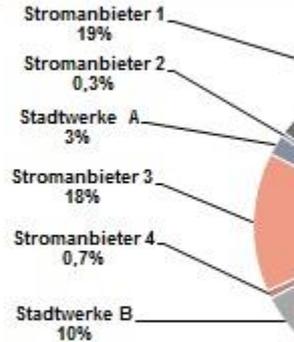
Quelle: AdVision digital; Analysen durch research tools



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Voice der Top 10 Werber in d...



Quelle: AdVision digital; Analysen durch research tools

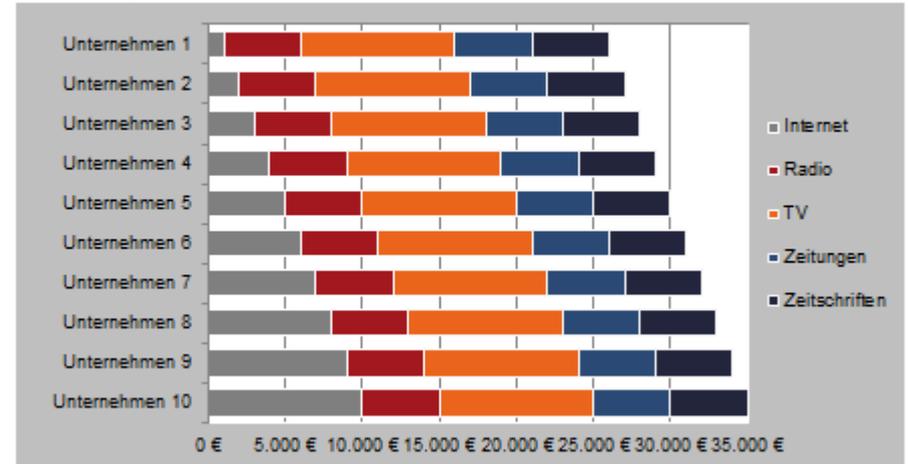


Auf welchen Mediensplit setzen die Top-Anbieter?

### Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben in Tsd. €)



Quelle: AdVision digital; Analysen durch research tools



Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2015

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen | Stromanbieter xy

Stromanbieter xy | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Werbeausgaben in '14/'15	111.111.111 € (+11% zu '13/'14) Rang 11
Alleinstellung	Argument xy kein Alleinstellung
Aufmerksamkeitsstärke	auffällige Werbun- grelle Farben
Design - Konsistenz	verschiedene Des- für Medium und P

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisio



### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen | Unternehmen X

Image | Analyse Top-Werbemotive



MED	RTL.de	SCH	571
€	XX8.895	ZG	Breite Zielgr
ZR	X9.11.2014 - X8.12.2014	USP	Treue
	Kundenbindung	TON	nur B

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisio

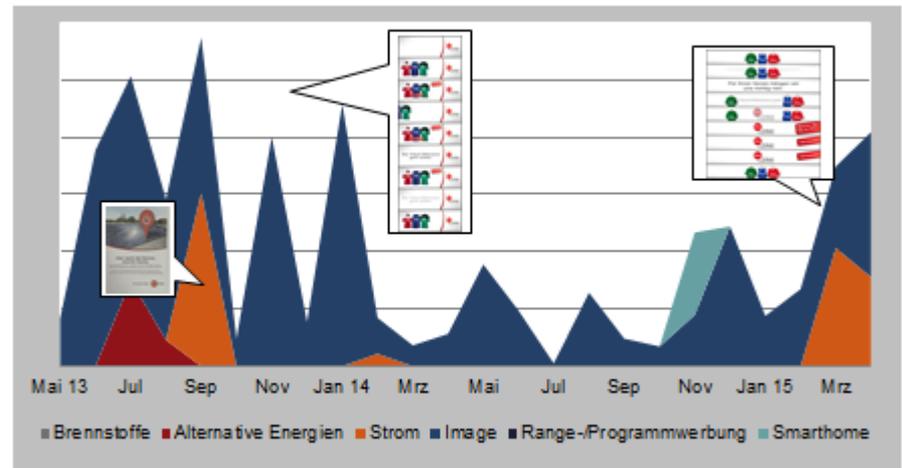


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen | Unternehmen X

Unternehmen X | Zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVisio digital



Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2015

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 Unternehmen

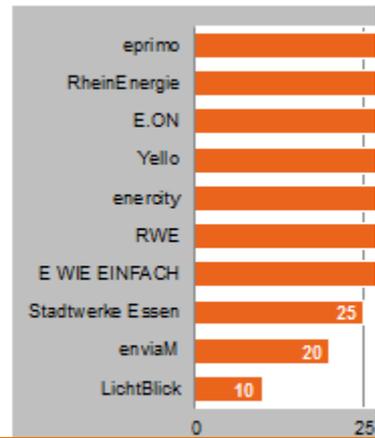
Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

Unternehmen	Werbedruck		Awareness		Durchgängigkeit		Nutzenvermittlung
	Spending	Share of Voice	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	Designkonsistenz	Wiedererkennung	
E WIE EINF.	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○
E.ON	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○
energy	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○
enviaM	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○
eprimo	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○
LichtBlick	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○
RheinEnergie	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○
RWE	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○
Stadtw. Essen	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○	○●○
Yello	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○	●○○

### Strategien

Kommunikationsstrategien der Top 10 U

Anbieterranking (Angaben in % der erreich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis Ad



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wie positionieren sich die Werbungtreibenden im Wettbewerbsumfeld?

### Kommunikations

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Werbemarktanalyse Stromanbieter 2015



Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 – 55090384**

**Auftragnehmer:**

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.900 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Stromanbieter 2015.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2015

# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

## Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienen zur Energieversorgerbranche:

- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2014
- Studie Vergleichsportal-Marketing Energie 2014
- Studie Unternehmensprofile Stromanbieter 2014
- Studie Energiemarktforschung in Deutschland 2014
- Marketing-Mix-Analyse Discountstrom 2013
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Schnäppchenjäger 2013

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Branche Energieversorger sind seit 2011 14 Marktstudien zu unterschiedlichen Themen erschienen