

WICHTIGES&MEHR

Rheingold Institut / Infratest Dimap / Spiegel Institut / Dynata / GIM / NTT DATA / Tony's Chocolonely / Research Tools / concept m / AMR

von [Sabine Hedewig-Mohr](#)
Freitag, 02. Februar 2024

#Photovoltaik

Rund 33 Millionen Euro haben die werbungtreibenden Anbieter von Photovoltaik innerhalb von zwölf Monaten in ihre mediale Kommunikation investiert, im Vergleich zur Vorjahresperiode bedeutet dies mehr als eine Verdopplung der Spendings. **Über 320 Anbieter** werben innerhalb von zwölf Monaten für Photovoltaik. An der Spitze des Ausgabenrankings stehen die Marken Enpal, Lichtblick und Yuma. Auf die Top 10-Werber entfallen 78 Prozent des Gesamtvolumens. Die Top 100 investieren im Schnitt 320.000 Euro pro Jahr in ihre mediale Kommunikation. Die Verbreitung der Werbebotschaft erfolgt häufig über das Internet, dessen Anteil sich auf 45 Prozent am Gesamtvolumen beläuft. Daneben **ist TV-Werbung beliebt**. Mehr als jeder sechste Werbeeuro fließt in Anzeigen in Zeitschriften oder Zeitungen. Dies sind [einige Ergebnisse von Research Tools](#), die die Werbeausgaben für Photovoltaik in Deutschland untersucht haben.