research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Studie Paid Search Energie: über 60% der Anzeigen werben für Strom

Strom ist der führende Produktmarkt im Bereich Paid Search. Neben diversen Preisvergleichen zählen Enercity, Eon, Lichtblick, NEW Energie und Yello zu den Paid Search-aktivsten Energieanbietern.

Esslingen am Neckar, 22. November 2023 – Die ‚Studie Paid Search Energie 2023' analysiert die Anzeigen zu Energiethemen auf Google und YouTube. Im Plattformvergleich findet sich ein Großteil der Anzeigen auf Google, weniger als fünf Prozent der Anzeigen der 200 aktivsten Advertiser werden auf YouTube geschaltet. Strom ist unter den Anbietern das Energieprodukt der Wahl: 60,9 Prozent aller Anzeigen drehen sich darum. Auf Rang zwei folgt – noch vor Gas – Holz & Kohle mit 17,7 Prozent.

Im Paid Search-Energiemarkt herrscht eine hohe Konzentration. Auf das Konto der zehn aktivsten Advertiser entfällt knapp die Hälfte der erfassten Anzeigen innerhalb eines Jahres. Neben diversen Preisvergleichen wie Check24 oder Verivox zählen Enercity, Eon, Lichtblick, NEW Energie und Yello zu den bedeutendsten Advertisern, sie halten zusammen rund 15 Prozent der Anzeigen. Basis für diese Ergebnisse ist ein permanentes Monitoring über einen Zeitraum von zwölf Monaten. Unter allen 200 berücksichtigten Advertisern ist engie-deutschland.de der Paid Search-aktivste Fachanbieter für Fern- und Nahwärme. Bei Gas liegt new-energie.de vorn, hoyer.de ist bei Heizöl werbestark, paligo.com bei Holz & Kohle. Beim Produkt Strom hat enercity.de die Nase vorn, hydrogen.batarow.com bei Treibstoffen.

Textanzeigen bieten eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten. Bei mehr als der Hälfte der Anzeigen zu Energiethemen finden sich Interessenten nach dem Anzeigenklick auf der Startseite des Advertisers wieder, fast jede zweite Anzeige führt direkt zur Produktseite. Der Markenname wird in gut jeder achten Anzeige in der Kopfzeile genannt und somit eher selten. Das wichtigste Element der Kopfzeile ist das Klickargument, es steht bei drei von vier Anzeigen im Vordergrund. Häufig geht es dabei um ein Preisargument, teilweise werden Produkt- oder Anbieterqualität hervorgehoben. Im Durchschnitt besteht eine Textanzeige aus 4,4 Zeilen.

Über die Studie:
Die ‚Studie Paid Search Energie 2023' von *research tools* untersucht die Anzeigen für Energieprodukte bei Google und YouTube. Dafür wurden zwölf Monate lang mehrmals täglich Branchen-Ads erfasst. Neben Präsenz und Ranking der Anbieter in den Suchergebnissen stehen die formale und inhaltliche Anzeigengestaltung der zehn aktivsten Advertiser im Fokus. Damit liefert die Studie Benchmarks zu Google-Textanzeigen und YouTube-Anzeigen und ermöglicht einen umfassenden Wettbewerbsüberblick.

Weitere Informationen zur Studie:
https://research-tools.net/studie-paid-search-energie-2023

Die Studienherausgeber:
Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.
www.research-tools.net
www.linkedin.com/company/research-tools-net

Pressekontakt:
Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net