



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Photovoltaik: boomende Spendings und zahlreiche neue Marken



Das Werbevolumen für Photovoltaik steigt stark. Übers Jahr werben medial mehr als 320 Marken für Ihre Produkte, darunter zahlreiche Newcomer, die erstmals im Werbemarkt aktiv sind.

Esslingen am Neckar, 24. Januar 2024 – In der Branche für Photovoltaik ist viel in Bewegung. Diese Dynamik schlägt

sich unter anderem im Werbemarkt nieder. Rund 33 Millionen Euro haben die werbungstreibenden Anbieter von Photovoltaik innerhalb von zwölf Monaten in ihre mediale Kommunikation investiert, im Vergleich zur Vorjahresperiode bedeutet dies mehr als eine Verdopplung der Spendings. Mit aktuell durchschnittlich 88 Werbungstreibenden pro Monat verzeichnen diese ebenfalls ein Plus, allerdings um lediglich 44 Prozent. Im Schnitt hat jeder werbungstreibende Anbieter von Photovoltaik seine Ausgaben um über 80 Prozent gesteigert.

Über 320 Anbieter werben innerhalb von zwölf Monaten für Photovoltaik. Dabei wird eine enorm starke Konzentration deutlich: auf die Top 10-Werber entfallen beachtliche 78 Prozent des Gesamtvolumens. Greift man die Top 100 heraus, so investieren diese im Schnitt 320.000 Euro pro Jahr in ihre mediale Kommunikation, bei den Low 100 sind es durchschnittlich 1.113 Euro. Die Verbreitung der Werbebotschaft erfolgt häufig über das Internet, dessen Anteil sich auf 45 Prozent am Gesamtvolumen beläuft. Daneben ist TV-Werbung beliebt. Auf Rang drei nach Volumina positionieren sich die Printmedien: mehr als jeder sechste Werbeeuro fließt in Anzeigen in Zeitschriften oder Zeitungen.

An der Spitze des Ausgabenrankings stehen die Marken Enpal, Lichtblick und Yuma. Ebenfalls werbestark präsentieren sich Mauro Solar, Soly und Zolar. In der boomenden Branche sind zahlreiche Werbe-Newcomer aktiv: allein innerhalb der Top 20 finden sich im zuletzt analysierten Fünf-Jahres-Zeitraum neun Marken erstmals, darunter Enersol, Evoyo, Pvpro Solar.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Photovoltaik 2024‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Photovoltaik in Deutschland. Sie gibt auf 89 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 200 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-photovoltaik-2024>

Der 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

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg.

www.advision-digital.de

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