



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Strommarkt: TV, Internet und Out-of-Home sind die Top-Werbemedien



**Pro Monat werben im Strommarkt durchschnittlich 125 Marken. Im Vergleich zum Vorjahr hat sowohl das Werbevolumen, als auch die Anzahl werbender Anbieter zugenommen.**

*Esslingen am Neckar, 01. Juni 2022* – Innerhalb von zwölf Monaten haben die werbungstreibenden Anbieter im Strommarkt rund 121 Millionen Euro in die mediale Kommunikation investiert.

Das bedeutet ein Plus von acht Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Neben dem Volumen hat ebenfalls die Anzahl Werbungstreibender angezogen. Sie liegt nun bei durchschnittlich 125 werbenden Anbietern pro Monat und damit rund zehn Prozent über dem Wert des Vorjahrs. Erwartungsgemäß schwanken die Spendings saisonal sehr stark. In den Monaten Oktober und November ist das Werbeaufkommen hoch, der Jahresanfang startet hingegen eher werbeschwach.

Gemessen an den Werbevolumina ist das Medium TV der bedeutsamste Kommunikationskanal mit einem Ausgabenanteil von 44 Prozent. Auf Rang zwei liegt die Internetwerbung, in die jeder dritte Werbeeuro fließt. Im Branchenvergleich stark präsentieren sich die Stromanbieter mittels Out-of-Home-Werbung. Ganze elf Prozent entfallen auf dieses Medium.

Zu den Top-Marken nach Werbevolumen zählen E.ON und Yello, auf welche zusammen ein Share of Advertising von 40 Prozent entfällt. Überregionale Anbieter sind in der Medienlandschaft am präsentesten. Auf diese Anbietergruppe entfällt mit 86 Prozent ein Großteil der gesamten Werbeausgaben. Der Werbeanteil der Stadtwerke beläuft sich auf lediglich acht Prozent. Deren Werbevolumen hat im Vergleich zum Vorjahr allerdings deutlich zugelegt.

#### Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Stromanbieter 2022‘ von *research tools* untersucht die Ausgaben der werbungstreibenden Stromanbieter in Deutschland. Sie gibt auf 92 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 230 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-stromanbieter-2022>

#### Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

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

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](https://www.linkedin.com/company/research-tools-net)

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

[www.advision-digital.de](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)