



Pressemitteilung

Werbemarkt für Strom: Anbieter setzen auf TV- und Out-of-Home-Werbung



Im Werbemarkt für Strom belaufen sich die Spendings für 300 erfasste Marken im vergangenen Jahr auf rund 114 Millionen Euro. Davon entfielen 56 Prozent auf TV-Werbung und 29 Prozent auf Out-of-Home-Werbung. Innerhalb der Energiebranche haben diese beiden Medien in den letzten Jahren noch einmal stark an Bedeutung gewonnen

Esslingen am Neckar, 28. März 2024 – Bereits in unserer vorherigen Studie von 2022 dominierte TV-Werbung mit einem Ausgabenanteil von 44 Prozent als das meistgenutzte Werbemedium. Innerhalb der letzten zwei Jahre haben sich die Ausgaben absolut und relativ weiter erhöht und liegen mittlerweile bei 56 Prozent. An zweiter Stelle folgt die Out-of-Home Werbung, deren Anteil von 11 auf 29 Prozent gestiegen ist. Internet-Werbung verzeichnete dagegen einen Rückgang auf neun Prozent, hält aber weiterhin einen großen Vorsprung gegenüber dem Radio und den Printmedien.

Während 2022 ein deutlicher Rückgang der Werbeausgaben zu verzeichnen war, sind diese seitdem um rund 38 Prozent gestiegen. Saisonal betrachtet konzentrieren sich die Ausgaben laut einem 5-Jahres-Mittel hauptsächlich auf die Monate September bis November. Demgegenüber ist das Ausgabenniveau in den Monaten Januar und Juli deutlich geringer. Bei den meisten Anbietern lassen sich im Zeitverlauf stark schwankende Werbeausgaben feststellen, wobei Phasen mit hohen Werbeausgaben selten länger als zwei bis drei Monate andauern. Die durchschnittliche Anzahl der Werbungtreibenden pro Monat ist innerhalb der fünf betrachteten Jahre von 110 auf 184 gestiegen.

Zu den Top-Marken nach Werbevolumen zählen E.ON, EnBW und Yello, auf welche zusammen ein Share of Advertising von rund 62 Prozent entfällt. Überregionale Anbieter dominieren die Medienlandschaft und tragen mit 87 Prozent einen Großteil der gesamten Werbeausgaben bei. Die Stadtwerke konnten ihren Anteil erneut leicht steigern und erreichen derzeit neun Prozent.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Stromanbieter 2024‘ von *research tools* untersucht die Ausgaben der werbungtreibenden Stromanbietern in Deutschland. Sie gibt auf 100 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 300 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-stromanbieter-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