



Studiensteckbrief
**Studie Communication
Strom 2010**



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Strom 2010



THOMSON MEDIA CONTROL

Informationen zur Studie (1)

2

Key Facts:

- Ein Neueinsteiger in den Strommarkt hat im Werbedynamik-Ranking mit knapp einer Million Euro Werbevolumen den ersten Rang ergattert und liegt gleichzeitig im Ranking der werbestärksten Unternehmen auf Platz acht.
- Große, etablierte Konzerne haben ihre Werbeaufwendungen hingegen drastisch zurückgefahren.
- Über die Hälfte der gesamten Werbespendings im Bereich der klassischen Medien werden lediglich von zwei Unternehmen investiert.
- Sowohl das Werbevolumen als auch die Anzahl der werbetreibenden Unternehmen hat sich im Vergleich zum Betrachtungszeitraum des Vorjahres leicht erhöht.
- Fast Dreiviertel der Werbegelder fließen in Fernseh- und Printwerbung. Die Bedeutung des Internet und damit auch die Ausgaben in diesem Bereich nehmen zu (+4%).
- Ein Drittel der betrachteten Anbieter wirbt mit Gütesiegeln.

Fazit: Der mediale Wettbewerb im Strommarkt steigt. Neueinstiege von großen, namhaften Unternehmen sowie Zusammenschlüsse von kleineren Anbietern lassen den etablierten Playern neue Konkurrenz erwachsen. Um sich vom Gesamtmarkt abzuheben, setzen daher immer mehr Anbieter in ihrer Kommunikation nicht mehr ausschließlich auf Konditionen, sondern zunehmend auf "weiche Argumente".

Informationen zur Studie (2)

3

Sie möchten wissen, wie viele Anbieter im Strommarkt in den klassischen Medien TV, Presse, Internet, Outdoor und Radio werben und wie viel sie dafür aufwenden? Wer auf der einen Seite die werbedynamischsten und auf der anderen die werbestärksten Unternehmen im Markt sind? Wie sich der Mediensplit einzelner Wettbewerber zusammensetzt und sich dieser im Vergleich zum Vorjahr verändert hat? Welche Mediastrategien der Wettbewerb einsetzt? Mit welchen Argumenten Ihre Wettbewerber arbeiten und wie die Motive dazu aussehen?

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Daten zu Werbespendings und Werbemotiven von **Thomson Media Control (TMC)**. Neben aktuellen Zahlen zum Gesamtmarkt enthält die Studie Rankings der werbedynamischsten und werbestärksten Unternehmen sowie eine eingehende Analyse von **zehn Unternehmen**, die aufgrund ihrer besonderen Werbedynamik, Werbestärke oder Positionierung ausgewählt wurden. Dabei handelt es sich um folgende Anbieter: e.on, EnBW, eprimo, FlexStrom, Mainova, RWE, SEV, Tchibo, TelDaFax und Yello Strom. Die Studie betrachtet dabei den Zeitraum November 2009 bis Oktober 2010. Below-the-line Aktivitäten werden in der Studie nicht analysiert.



der energiediscounter



einfachclevergünstig



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Strom 2010



THOMSON MEDIA CONTROL

Informationen zur Studie (3)

4

Alle Ergebnisse werden immer differenziert für die zehn betrachteten Unternehmen dargestellt. Um eine unmittelbare Nutzung zu ermöglichen, beispielsweise für interne Präsentationen, wird die Studie als PDF- und ppt.-Datei angeboten.

Die 140 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer

Die Herausgeber:

Thomson Media Control (TMC) ist Spezialist im Bereich der Werbebeobachtung und –analyse in Echtzeit mit Sitz in Baden-Baden. Permanent werden über 642 Printtitel, davon 166 Tageszeitungen (inklusive aller überregionalen Tageszeitungen), 320 Publikumszeitschriften, 146 Fachzeitschriften und 10 Wochenblätter, über 85 Fernseh- und Radiosender sowie über 675 der bekanntesten und weitverbreiteten Internetseiten beobachtet und analysiert.

Die Marktforschungsberatung **research tools** hat sich auf die Konzeption innovativer Marktforschungsinstrumente spezialisiert. Das Unternehmen mit Sitz in Esslingen am Neckar hilft Unternehmen dabei, die Erkenntnisse aus neuen Marktforschungsmethoden mit den Unternehmensprozessen zu verzahnen und umsetzungsstarke Werkzeuge zu entwickeln.

VORWEG GEHEN



Inhaltsverzeichnis (1)

5

• Vorwort	5
• Management Summary	7
• Forschungsdesign	10
• Gesamtmarkt	13
• Entwicklung der Werbespendings im Gesamtmarkt	15
• Verteilung der Werbespendings im Gesamtmarkt	19
• Anzahl der werbenden Unternehmen pro Monat	23
• Ranking Werbedynamik (Top 20 - Unternehmen)	24
• Ranking Werbedynamik (Bottom 10 - Unternehmen)	26
• Ranking Werbevolumen (Top 20 - Unternehmen)	27
• Entwicklung der Spendings der werbestärksten Unternehmen	29
• Werbespendings zehn ausgewählter Unternehmen	34
• Verteilung auf die Medien	36
• Kennzahlen (SoA, SoV Internet)	47
• Verteilungen und Entwicklungen nach Unternehmen	53
• Mediastrategien	93

Inhaltsverzeichnis (2)

6

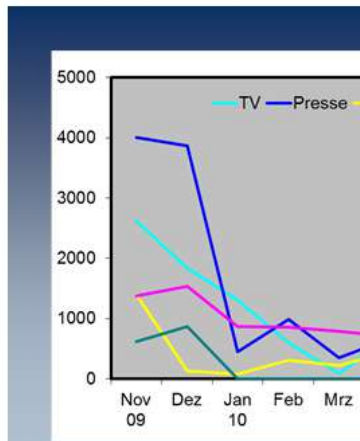
Beispielseiten (1)

7

Gesamtmarkt

16

Entwicklung Werbeausgaben Gesamtmarkt Strom nach Medien in TEUR



Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen: research tools



Studie Co

Gesamtmarkt

20

Top 20 der werbedynamischsten Unternehmen

Rang	Unternehmen	Nov
11	Stadtwerke Chemnitz	
12	Stadtwerke Trier	
13	FlexStrom	
14	Stadtwerke Münster	
15	Mainova	
16	e.on	
17	Stadtwerke Duisburg	
18	EnBW	
19	TelDaFax Energy	
20	REWAG	

Quelle: Thomson Media Control

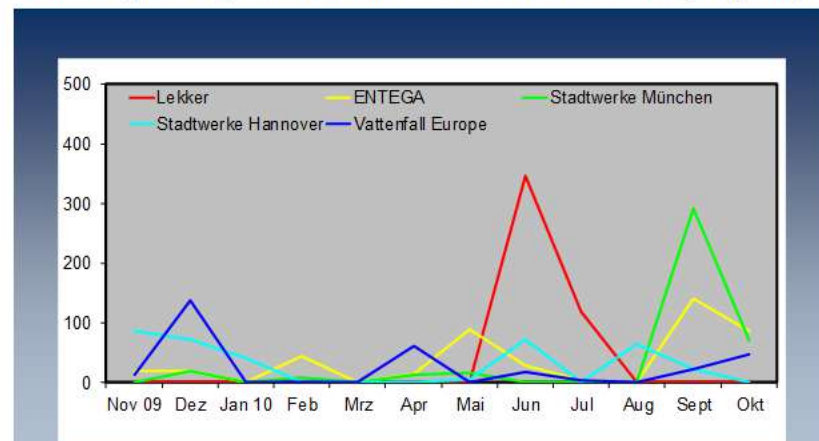


Studie Com

Gesamtmarkt

28

Entwicklung der Ausgaben der werbestärksten Unternehmen in TEUR (Rang 11-15)



Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen: research tools



Studie Communication Strom 2010



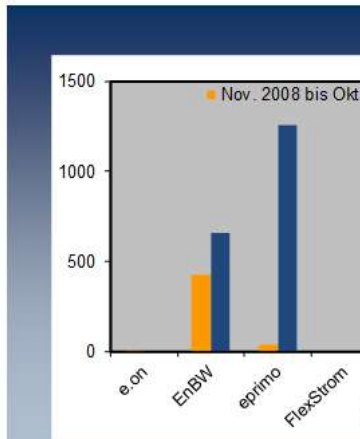
teilweise fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Werbespendings

38

Verteilung der Werbeausgaben auf das Medium Outdoor



Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen research tools



Studie Co

Werbespendings

49

e.on: Verteilung der Werbeausgaben auf die Medien absolut in EUR

Medium	Nov 2008 bis Okt. 2009
Internet	
Outdoor	
Presse	
Radio	
TV	
Gesamt	

Quelle: Thomson Media Control

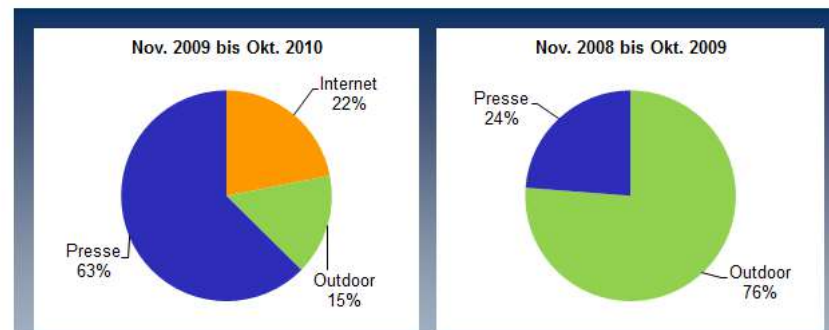


Studie Comm

Werbespendings

54

EnBW: Verteilung der Werbeausgaben auf die Medien



Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen research tools



Studie Communication Strom 2010



teilweise fiktive Daten

Beispielseiten (3)

9

Werbemotive

114

Mainova - Outdoor



Quelle: Thomson Media Control



Studie Co

Werbemotive

126

TeiDaFax - Internet



Quelle: Thomson Media Control



Studie Com

Werbemotive - Highlights

134

Highlights - Presse



Quelle: Thomson Media Control



Studie Communication Strom 2010



THOMSON MEDIA CONTROL

teilweise fiktive Daten

FAX-Bestellung: +49 (0)711- 55090384

research tools, Martinstraße 42-44, 73728 Esslingen am Neckar
TMC Thomson Media Control, Lange Strasse 65, 76530 Baden-Baden

10

Hiermit bestellen wir zum Preis von **4.800 EUR** zzgl. MwSt.:

- Studie „Communication Strom 2010“ (Berichtszeitraum Nov. 2009 bis Okt. 2010)

Außerdem interessieren wir uns für folgendes Monitoring-Angebot mit monatlichem Reporting:

- Communication-Monitoring Strom
- Communication-Monitoring Gas
- Communication-Monitoring Imagewerbung Energieversorger
- Communication-Monitoring Stadtwerke
- Communication-Monitoring Energiekonzerne
- Communication-Monitoring unabhängiger Energieanbieter

Firma:

Ansprechpartner:

Position/Funktion:

E-Mail:

Unterschrift:

Datum/Ort:

Ihre Ansprechpartner

Klaus Springer

Produktmanager Marketingmonitoring

Telefon: +49 (0) 711 55090382

Fax: +49 (0) 711 55090384

E-Mail: klaus.springer@research-tools.net

research tools

Martinstraße 42-44

D-73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

Andrea Kallfass

Senior Manager Sales

Telefon: +49 (0) 7221 366-551

Mobil: +49 (0) 162 2580030

E-Mail: a.kallfass@mediacontrol.de

TMC-Thomson Media Control GmbH & Co. KG

Augustaplatz 8

D-76530 Baden-Baden

www.thomson-media-control.de



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Strom 2010



THOMSON MEDIA CONTROL