

+++ Badenova +++ E.ON +++ EnBW +++ ENSO +++ Entega +++ innogy +++ RheinEnergie +++ Stadtwerke München +++ Stadtwerke Tübingen +++ Vattenfall +++ Badenova +++ E.ON +++ EnBW +++ ENSO +++ Entega +++



Studiensteckbrief

# Studie Sponsoring Energie 2017

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2017



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Studie Sponsoring Energie 2017

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Neben dem Sportsponsoring investieren die Energieanbieter viel in Soziale Engagements. Sponsoringprojekte im Themenbereich Umwelt sind überraschend die Ausnahme.
- RheinEnergie und Stadtwerke München weisen hohe Anteile an Bildungsprojekten in ihrem Sponsoring-Projektportfolio auf
- Der Anteil internationaler Projekte liegt über alle zehn Energieanbieter gesehen bei 13 Prozent.
- 27 Prozent der gesponserten Projekte finden im Durchschnitt jährlich statt.
- In Social Media werden zur Kommunikation der Sponsoringaktivitäten gerne visuelle Elemente eingesetzt. 67 Prozent der Beiträge enthalten Fotos, 28 Prozent Videos.
- Bei 72 Prozent der Sponsoringprojekte ist der Sponsor auf der Website des Gesponserten sichtbar.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Analyse von **357 Sponsoringprojekten**  
von zehn Energieanbietern

**Sponsoringbereiche:** Bildungsförderung, Kultursponsoring,  
Sozialsponsoring, Sportsponsoring, Umweltsponsoring

**Scope:** Sponsoringprojekte deutscher Energieanbieter  
innerhalb eines Zwölf-Monats-Zeitraums

alle Information auf **206 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

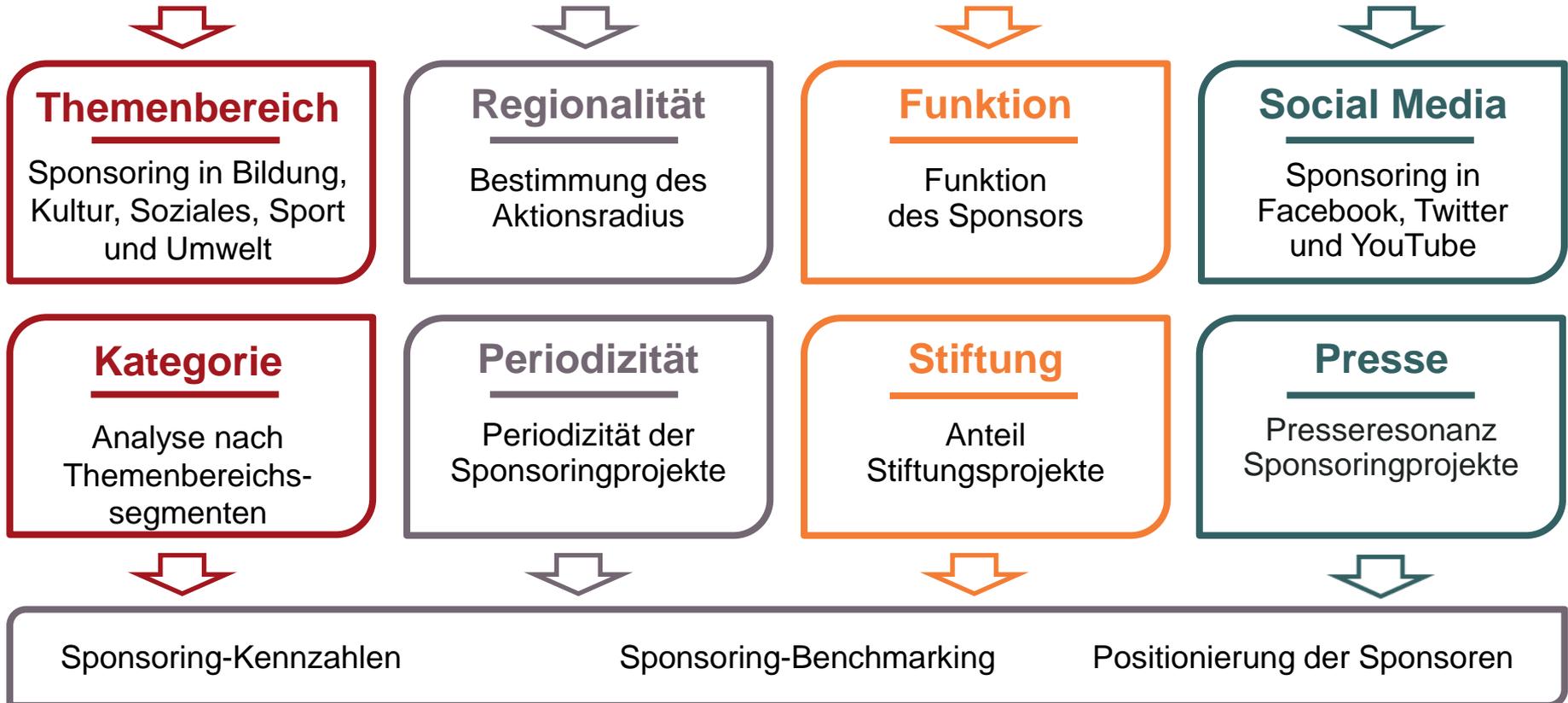
**Nutzen:** Basis für klare Positionierung, Benchmarking

## Untersuchte Energieanbieter:

- Badenova
- E.ON
- EnBW
- ENSO
- Entega
- innogy
- RheinEnergie
- Stadtwerke München
- Stadtwerke Tübingen
- Vattenfall

# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Energieanbieter



## Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Bereich, Reichweite, Periodizität, Funktion, Stiftung
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Anbietervergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter

**Die 206 Seiten umfassende Studie kostet 3.200 EUR** zuzüglich MwSt.

## Die Studie in Zahlen:

- 357 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 verschiedene Kategorien
- 10 Energieanbieter
- 3 analysierte Social Media Kanäle
- 157 Pressemitteilung.

## Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinenrecherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen rund 350 Sponsoringprojekte im 12-Monats-Zeitraum März 2016 bis März 2017. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Energieanbieter, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigten. Die Studie ist im Mai 2017 erschienen.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Branchenüberblick	15
▪ Themenbereiche	18
▪ Themenübergreifende Kennzahlen	23
➤ Anbieterkennzahlen	25
▪ Überblick	31
▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich	34
▪ Periodizität	41
▪ Regionalität	42
▪ Funktion des Sponsors	43
▪ Stiftungsprojekte	44
➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung)	45
➤ Projektübersicht	53
▪ Badenova	56
▪ E.ON	60

# Inhaltsverzeichnis

▪ EnBW	64
▪ ENSO	68
▪ Entega	71
▪ innogy	75
▪ RheinEnergie	79
▪ Stadtwerke München	83
▪ Stadtwerke Tübingen	89
▪ Vattenfall	93
➤ Sponsoringleistungen	99
▪ Badenova	103
▪ E.ON	112
▪ EnBW	122
▪ ENSO	129
▪ ENTEGA	135
▪ innogy	139

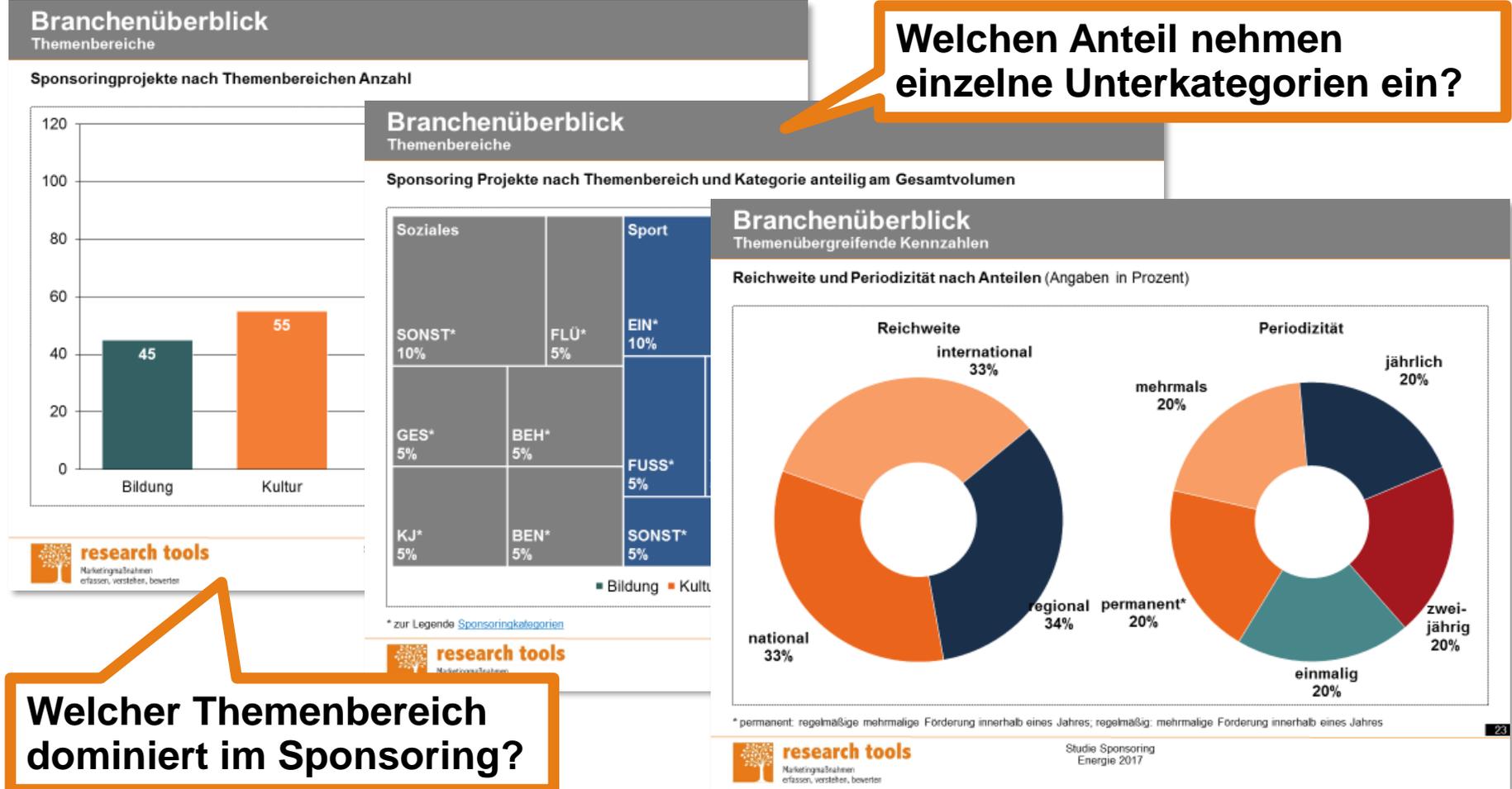


# Inhaltsverzeichnis

▪ RheinEnergie	144
▪ Stadtwerke München	149
▪ Stadtwerke Tübingen	173
▪ Vattenfall	177
➤ Kommunikation	198
▪ Übersicht	201
▪ Kommunikationseffizienz	202
▪ Social Media Postings	203
▪ Sichtbarkeit des Sponsors	205
▪ Timeline Social Media	206
▪ Pressemitteilungen	216
▪ Presseartikel	217
▪ Presseeffizienz	218
➤ Neue und wichtige Projekte	219
➤ Kommunikationspositionierung	225
➤ Kontakt	233

# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



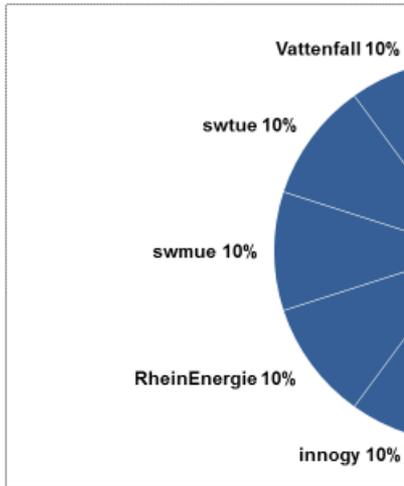
# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Anbieterkennzahlen

Themenanteile im Sponsorenvergleich

Themenanteile Sport

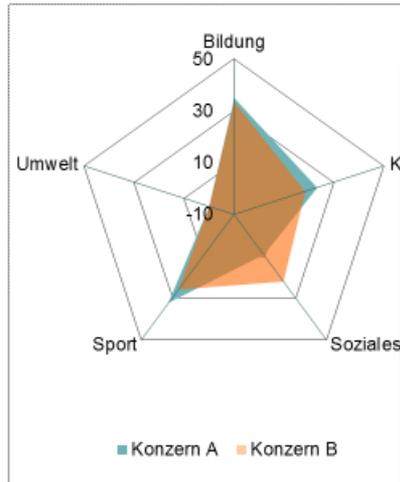


**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Anbieterkennzahlen

Themenanteile im Sponsorenvergleich

Anteile der Anbieter an den Themenbereichen (Angaben in %)



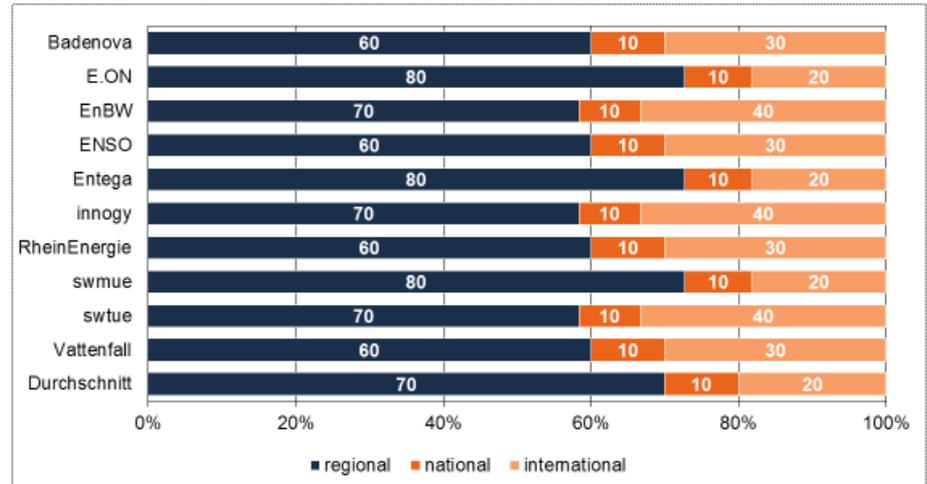
**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

**Welcher Anbieter setzt am stärksten auf internationale Projekte?**

### Anbieterkennzahlen

Regionalität

Verteilung der Sponsoringprojekte nach Regionalität



**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Energie 2017

43

**Welche Anbieter halten im Sportsponsoring hohe Anteile?**

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Detaillleistungen erbringen die Energieanbieter?

### Projektübersicht innogy

Sponsoringprojekte nach Themenbereichen und Kategorien

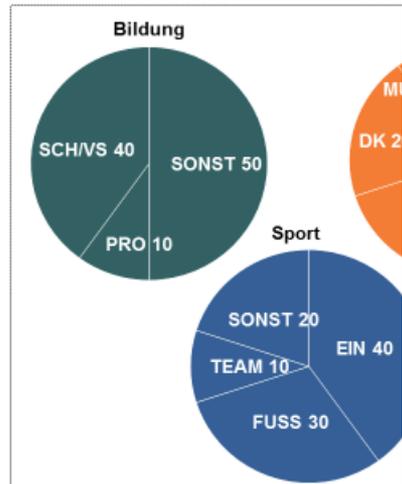
Themenbereich	Kategorie	Sponsoring
Kultur	Sonstiges	ESSEN.ON   Essener Licht
Soziales	Flüchtlinge	Wir zusammen
	Gesundheit	-
	KJ*	Weihnachts-Kinderhilfe S
	BEH*	Enactus, Bel
	BEN*	-
Sport	Sonstiges	Move24, Jun Gesellschaft Day, Freibad
	Einzeldisziplin	Skate-Aid, E Firmenlauf, I Grimlinghaus

\* KJ: Kinder und Jugendliche; BEH: Menschen mit Behinderung; BEI: Behindertenvereine



### Sponsoringleistungen Anbieter B

Themenbereiche und Kategorien Anbieter B



zur Legende [Sponsoringkategorien](#)



Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

### Sponsoringleistungen Energieanbieter B

Sponsorenleistungen aller Projekte

Kategorie	Sponsoringprojekt	Ablauf/Leistung
PRO*	M-Regeneratio	Mit dem Förderpreis M-Regeneratio honorieren wir auch 2016 die besten Ideen und Konzepte für eine nachhaltig gute Zukunft
MUS*	Tollwood Festival	An ihrem Tollwood-Stand auf dem „Markt der Ideen“ im Bazar-Zelt informieren die XXX über ihre Klimaschutzprojekte und präsentieren gemeinsam mit M-net das Münchner Glasfasernetz. Es gibt auch wieder eine besondere Aktion für den guten Zweck und quellfrisches M-Wasser.
SONST*	FIRETAGE Festival	Die XXX präsentieren auf dem FIRETAGE-Festival ihren M-Sicherheitsservice.
	Wiesn	Nicht zuletzt sind es die XXX und ihre Verkehrstochter XXX, die mit ihren Leistungen die Wiesn erst möglich machen.
	Tierpark Hellabrunn	Mit dem Tierpark Hellabrunn fördern die XXX den weltweit ersten Geo-Zoo.
	Soulbottle	Die Kooperation zwischen dem Münchner Trinkwasserversorger XXX und soulbottles geht in die 5. Runde. Der Erlös kommt wie auch in den Jahren zuvor einem gemeinnützigen Zweck zugute.

\* PRO: Professionals; MUS: Musik; SONST: Sonstige Kultur



Studie Sponsoring  
Energie 2017

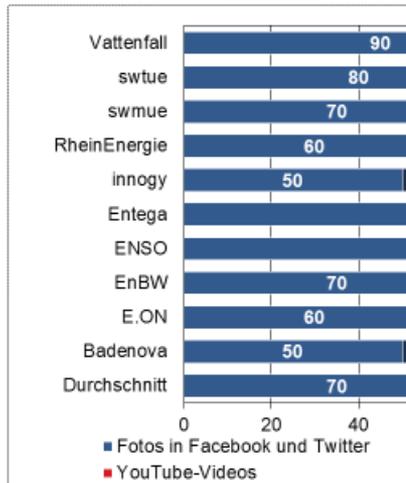
# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Sichtbarkeit erzielt das Sponsoring?

### Kommunikation Social Media Postings

Social Media Postings nach visuellen Elementen (Angabe als Anzahl der Postings)

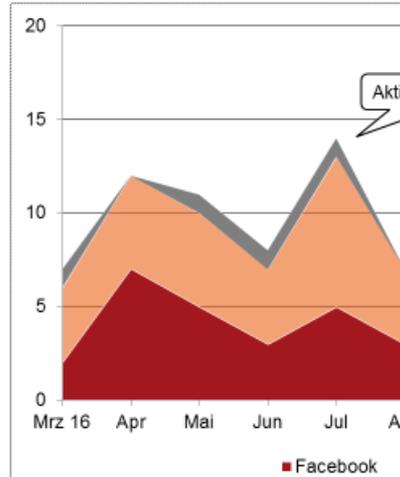


Quellen: Accounts der Anbieter auf Facebook, Twitter, YouTube

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Kommunikation Timeline Social Media

Anzahl der Postings nach Monaten – Anbieter C

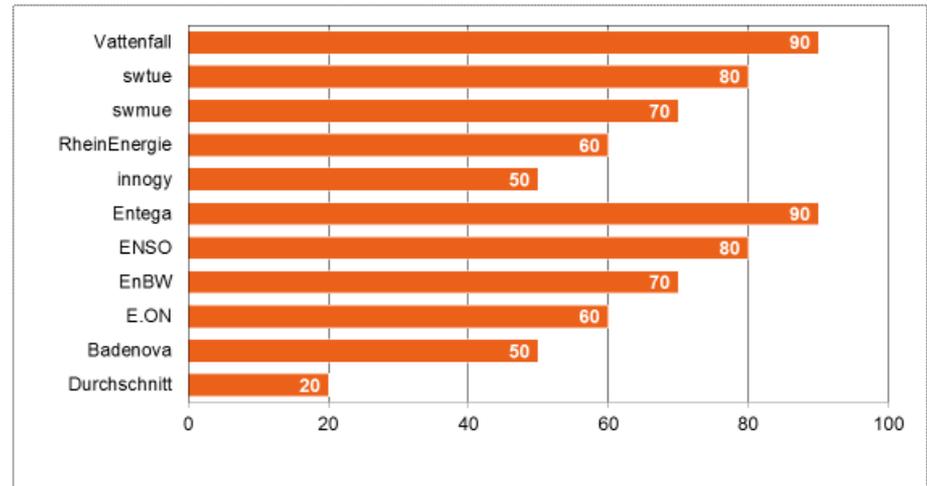


Quelle: Social Media-Seiten und Websites der Anbieter

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Kommunikation Sichtbarkeit des Sponsors

Sichtbarkeit des Sponsors auf der Website des Sponsoringnehmers (Angaben in %)



research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring  
Energie 2017

177

Welche Social Media Kanäle fokussieren die Anbieter?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.200 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Sponsoring Energie 2017.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

# Kontakt / Branchenerfahrung

## Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

### Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

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

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Energiebranche erschienen:

- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Stromanbieterwechsler 2017
- Marketing-Mix-Analyse Energiedienstl. für Geschäftskund. 2016
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2016
- Studie eVisibility Energie 2016
- E-Shop-Analyse Energieanbieter 2015
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2015

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 30 Energiedienstleister. Zur Energiebranche erschienen bisher 20 Studien zu unterschiedlichen Themen. Mit dem Thema Sponsoring ergänzt research tools sein Marketinganalytik-Spektrum.

