+++ Aral +++ E.ON +++ EnBW +++ Esso +++ Grünwelt Energie +++ Liqui Moly +++ Octopus Energy +++ Sachsenenergie +++ Stadtwerke München +++ Vattenfall +++ und weitere 290 Marken mit quantitativen 5-Jahres-Trends +++ Aral +++ E.ON +++ EnBW +++ Esso +++ Grünwelt En.



Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Energie 2026

Werbeausgaben für 300 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2026

powered by: ADVISION DIGITAL

©Wolfgang Weiser/pexels.com

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:

★★★ Welche der **300 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?

Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?

Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?

Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?

Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?

Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?

Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?

Management Summary

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Energie

Okt. 25-Sep. 26

221 Mio. €



davon

52%

im Produktmarkt

Strom

Mediensplit



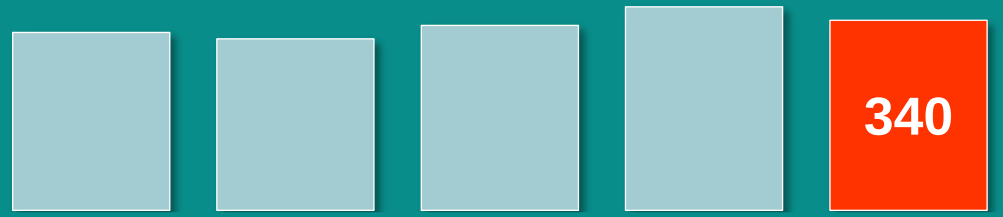






TV-Werber Nr. 1:
EnBW

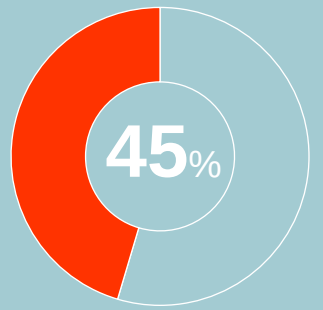
Werbungtreibende
pro Monat im Ø



Werbekonzentration



ARAL
E.ON
EnBW



©Icons8/www.icons8.com/IconsMind/www.iconsmind.com

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

300 Energiemarken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **15 Produktmärkten**, darunter acht im Detail wie Strom, Gas, Tankstellen

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 213 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- …
- Energieversorgung Filstal
- Energiev. Main-Spessart
- energis
- ENERTRAG
- Engie
- Eni
- Entega
- envia M
- Enwag
- Eprimo
- …
- + Spendings für
  290 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:

Werbeausgaben | Mediensplit | Werbemotive | Werbetiming

Trends

- Werbevolumen im Fünf-Jahres-Vergleich
- Anzahl werbender Marken
- Mediensplit
- Ausgewählte Werbemotive je Mediengattung
- Bedeutung der Produktmärkte

Benchmarks

- Ranking der 300 Top-Marken nach Werbeausgaben
- Werbeausgaben für 300 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Verteilung der Werbeausgaben und -motive auf Medien
- Detailrankings und Entwicklungen in 15 Produktmärkten

Strategien

- Zeitliche Werbedruckverteilung von 10 Top-Marken
- Werbeschwerpunkte nach Mediengattung für 10 Top-Marken
- Share of Advertising im Jahresverlauf für 10 Top-Marken

Werbetrends | Werbeausgaben-Ranking | Werbepositionierung

Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

300
Marken

15
Produktmärkte

6
Mediengattungen

10
Top-Marken in einer Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 213 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary 5
- Forschungsdesign 11
- Trends 16
  - Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt 17
    Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien
  - Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich 22
    Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026
  - Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich 31
    Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026
  - Ausgewählte Motive und Nutzenargumente 40
    Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien
- Benchmarks 50
  - Werbeausgaben-Rankings 51
    Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik
  - Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich 87
    Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich

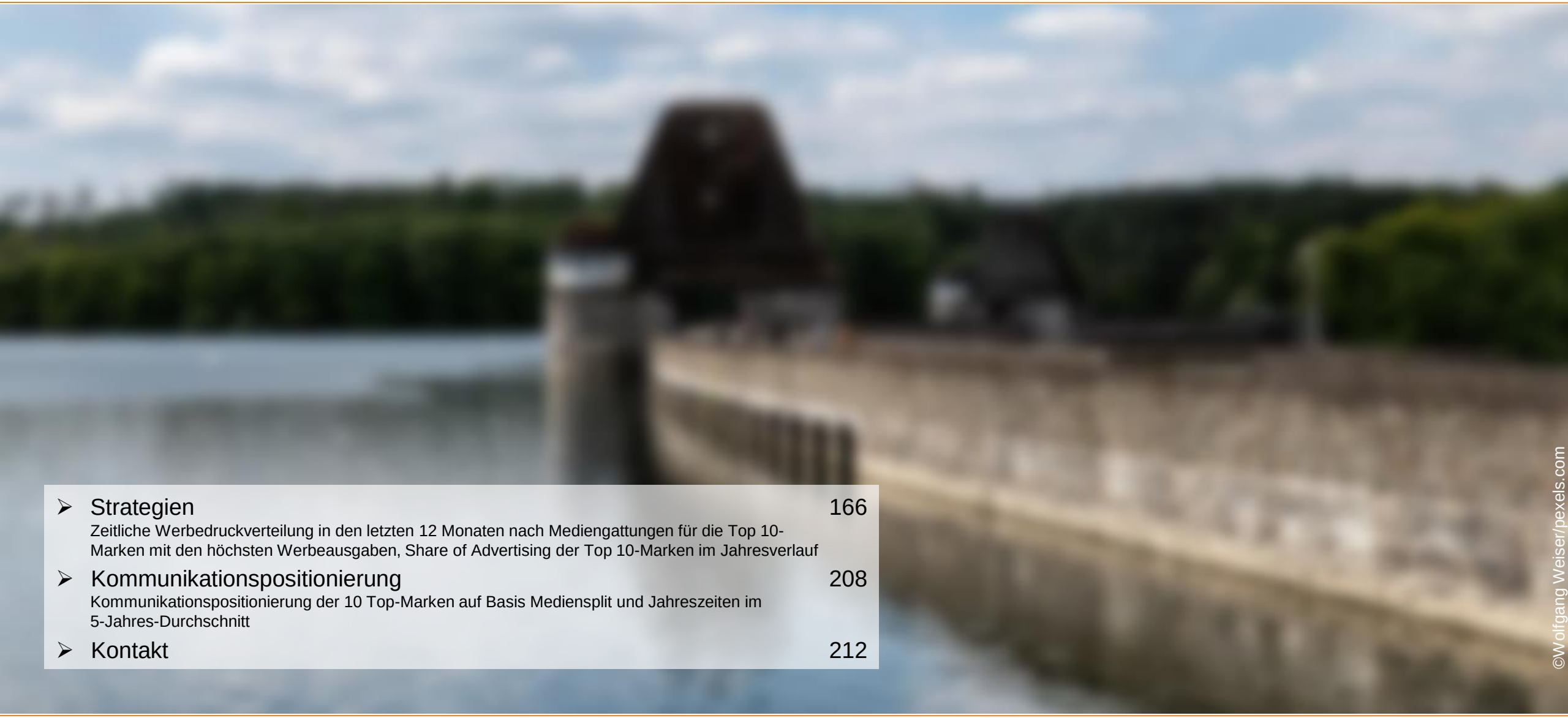
©Wolfgang Weiser/pexels.com

Inhaltsverzeichnis

- Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten 91
  Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene 99
  Diese Analysen werden für jeden der folgenden Produktmärkte durchgeführt: Share of Advertising 2021/2022, Top 10-Werbeausgabenranking, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10-Marken zum Vorjahr, Werbedynamik-Ranking Top 10 und Low 10, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten 12 bzw. 60 Monaten, Mediensplit der Top 10-Marken
- Brennstoffe 102
- Gas 110
- Image 118
- Mineralöl/Heizöl 126
- Motoröle/Schmierstoffe 134
- Range 142
- Strom 150
- Tankstellen 158

©Wolfgang Weiser/pexels.com

Inhaltsverzeichnis



- Strategien 166
  Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf
- Kommunikationspositionierung 208
  Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- Kontakt 212

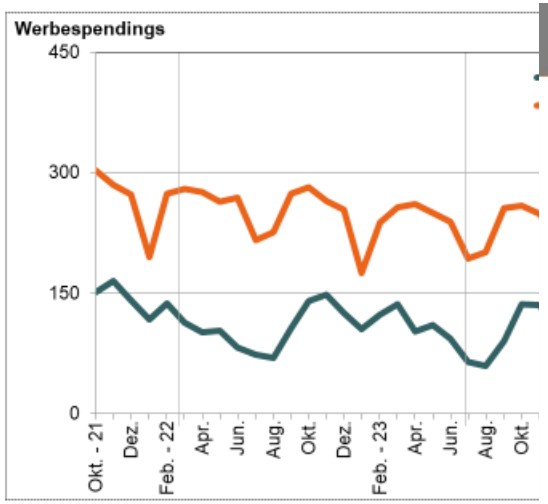
©Wolfgang Weiser/pexels.com

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends
Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

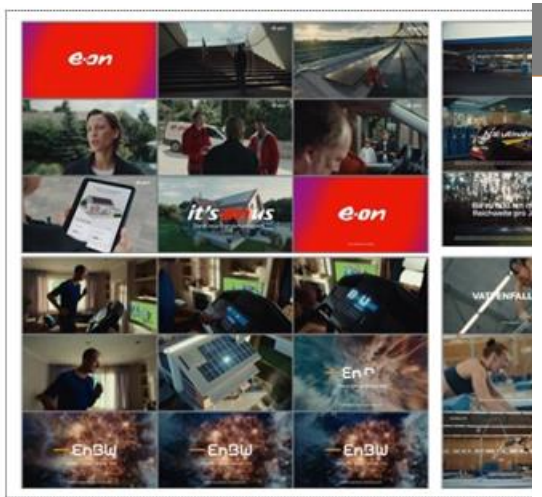
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) **und Anzahl der Werbungtreibenden**



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Trends
Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

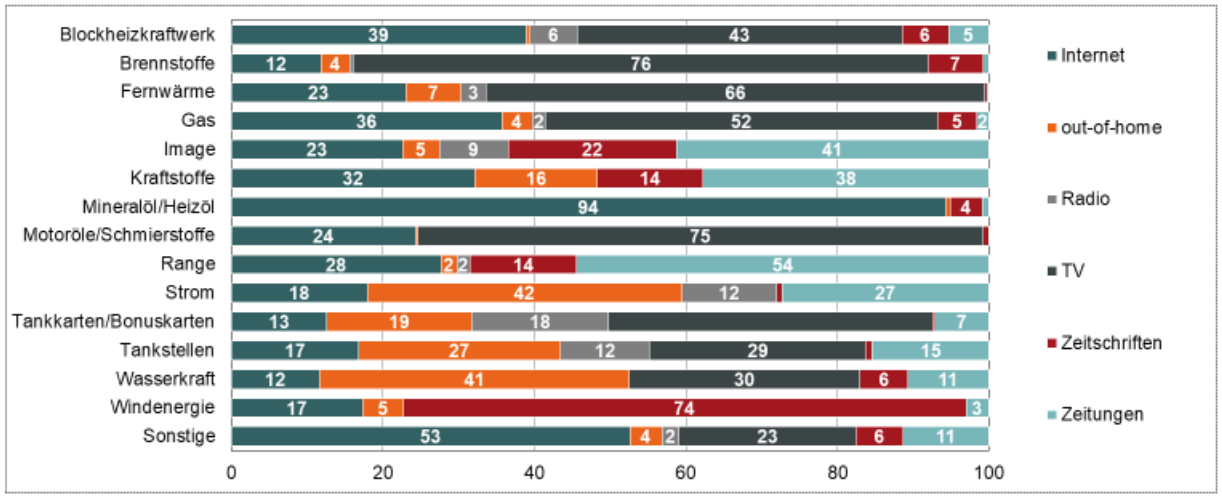
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2025/2026



research tools

Trends
Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2025/2026 (Angaben in %)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Energie 2026

Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene

Ranking der Top 300-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

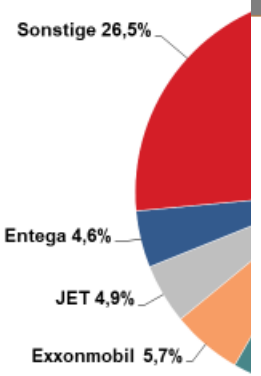
Rang	Marken	Okt. ‚21 – Sep. ‚22	Ok… Se…
261	Mitgas	0	
261	Süwag	68.754	
263	OG Clean Fuels	20.920	
264	GASAG Berliner Gaswerke	0	
265	RheinEnergie	0	
266	RWE	49.692	
267	Equinor	6.851	
268	Exxonmobil	0	
269	JET	614.694	
270	Entega	0	

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene

Share of Advertising der Top 10-Marken von Oktober 2025 bis September 2026

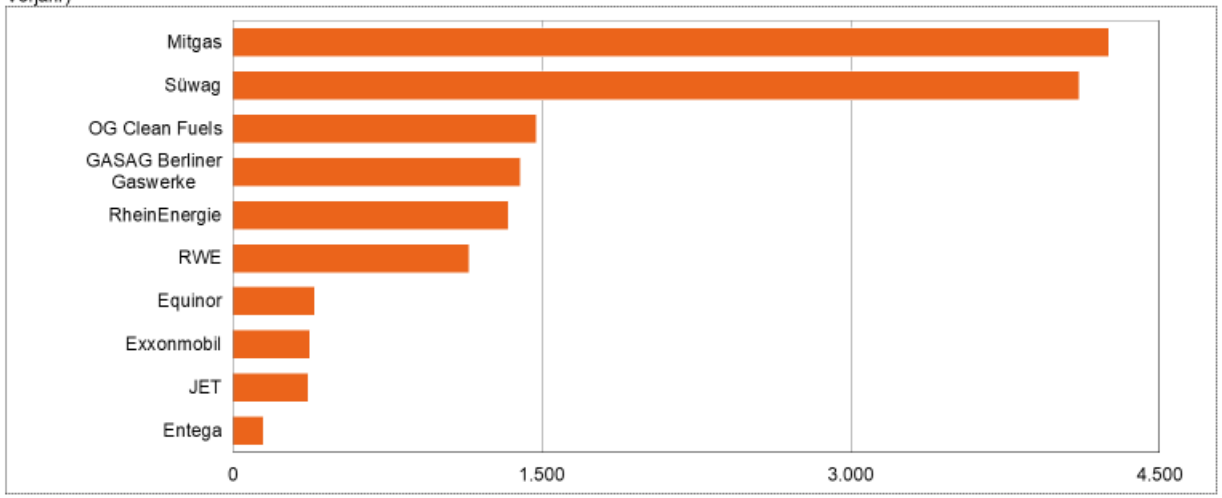


research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

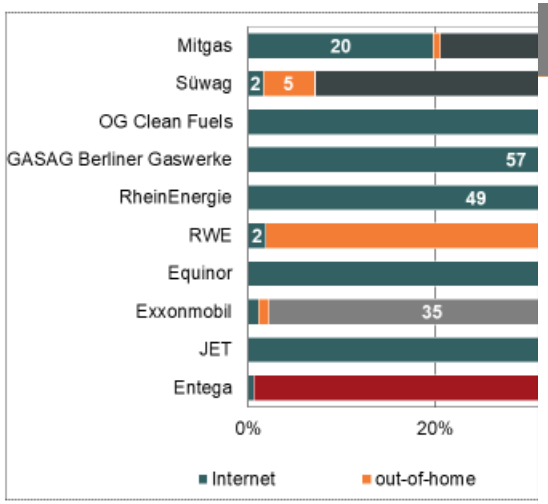
Werbemarktanalyse Energie 2026

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks
Strom

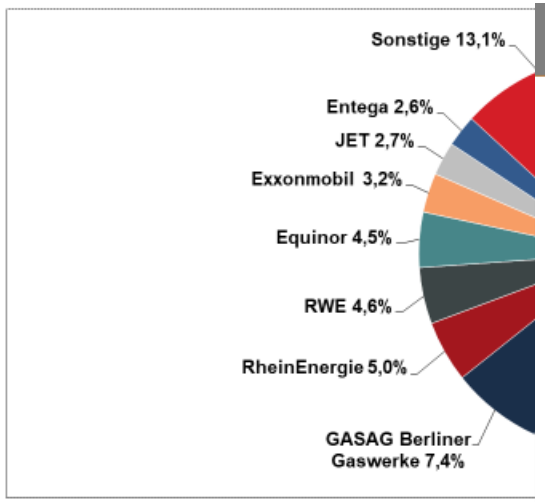
Strom | Mediensplit der Top 10-Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '25/'26



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Benchmarks
Gas

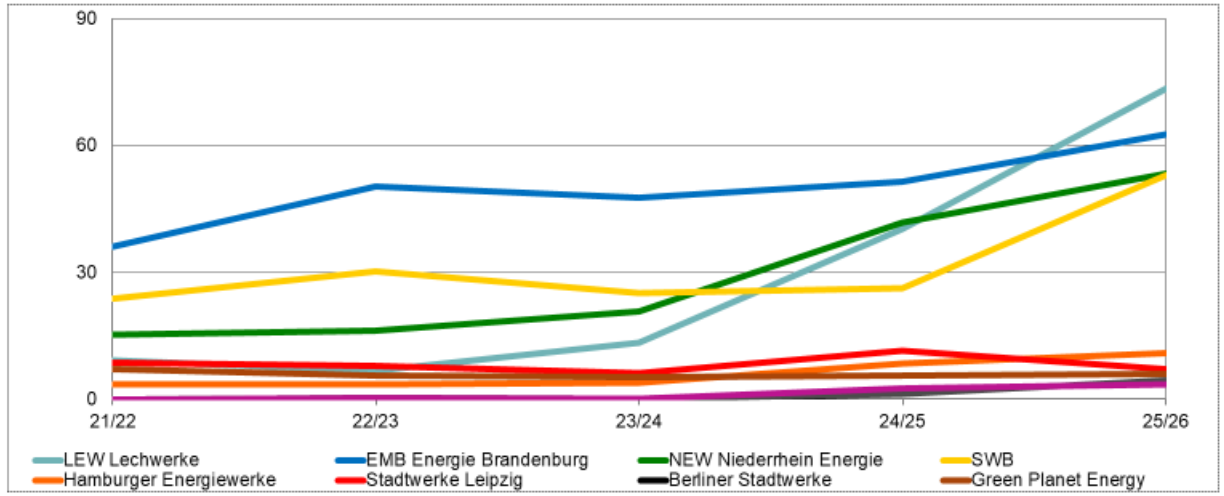
Gas | Share of Advertising der Top 10-Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '25/'26



research tools

Benchmarks
Gas

Gas | Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken aus dem Zeitraum '25/'26 in den vergangenen 5 Jahren (Angaben in T€)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

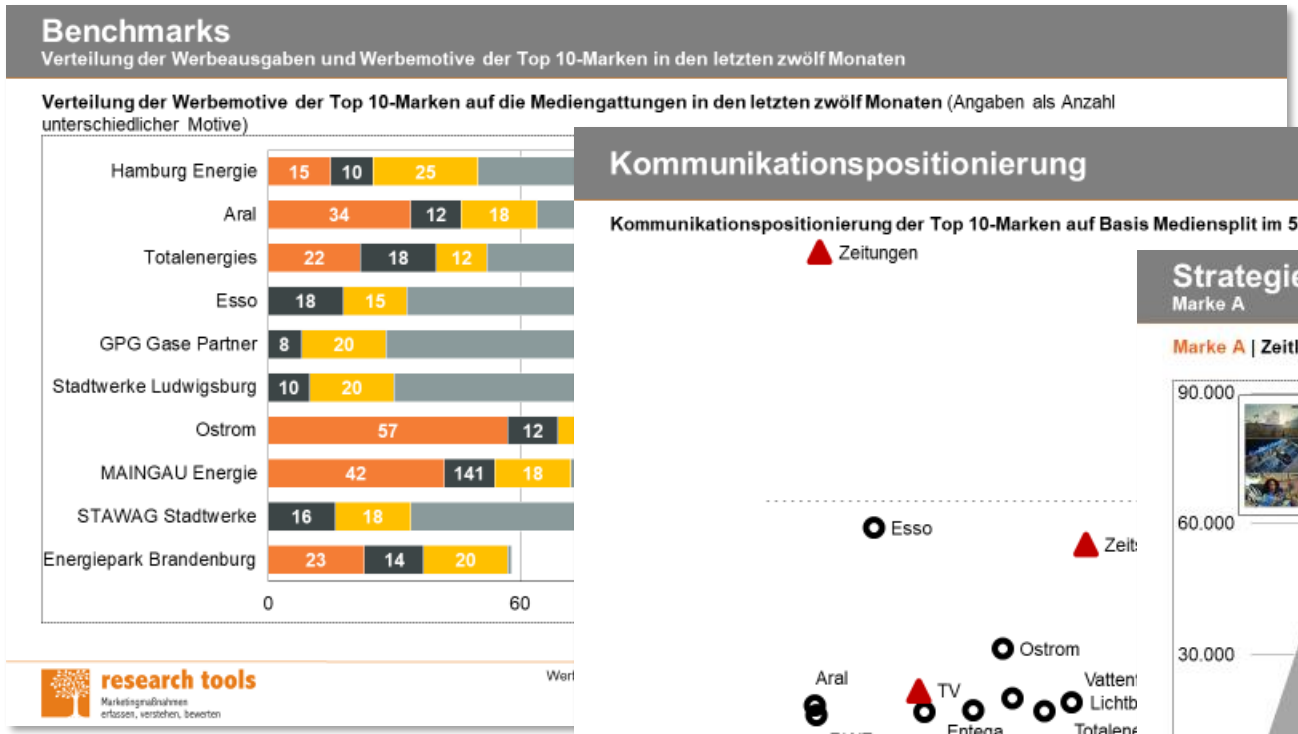
Werbemarktanalyse Energie 2026

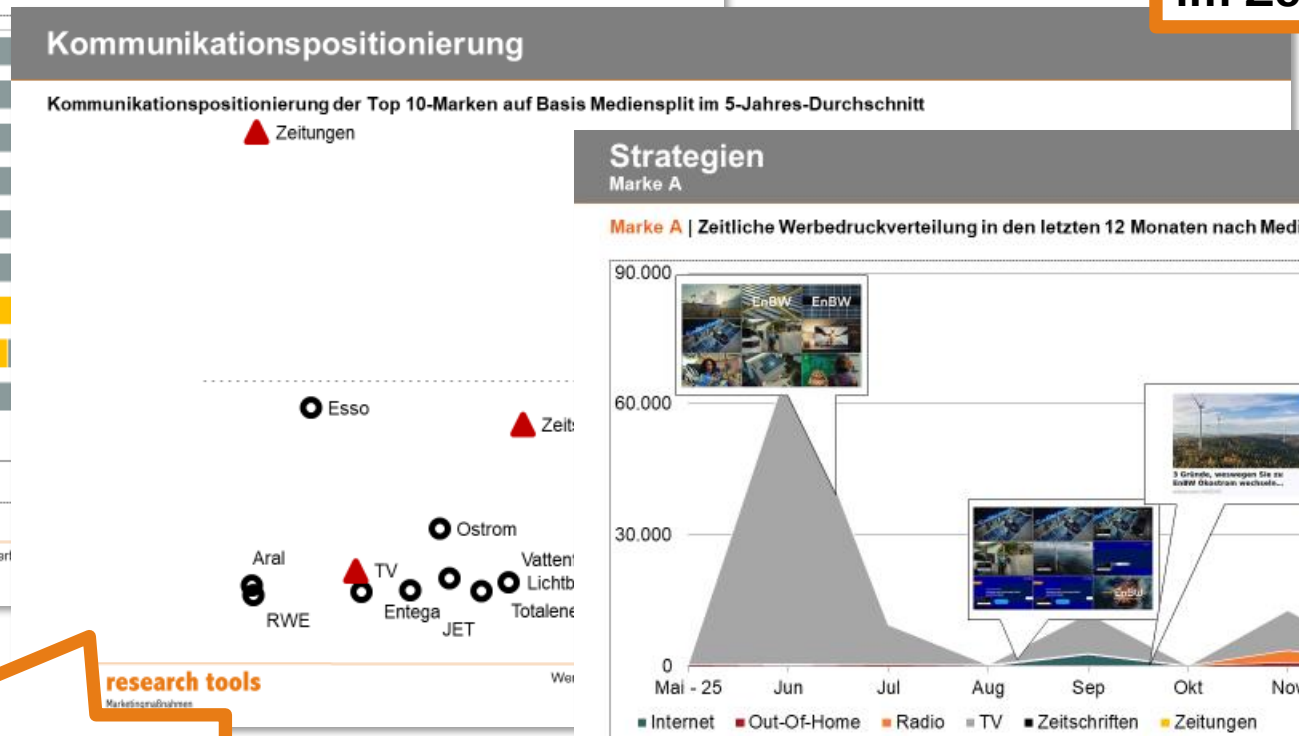
Wo liegen in den Produkt-märkten die Werbepeaks?

Auf welchen Mediensplit setzen die Marken in den Produktmärkten?

Analysebeispiele (4)

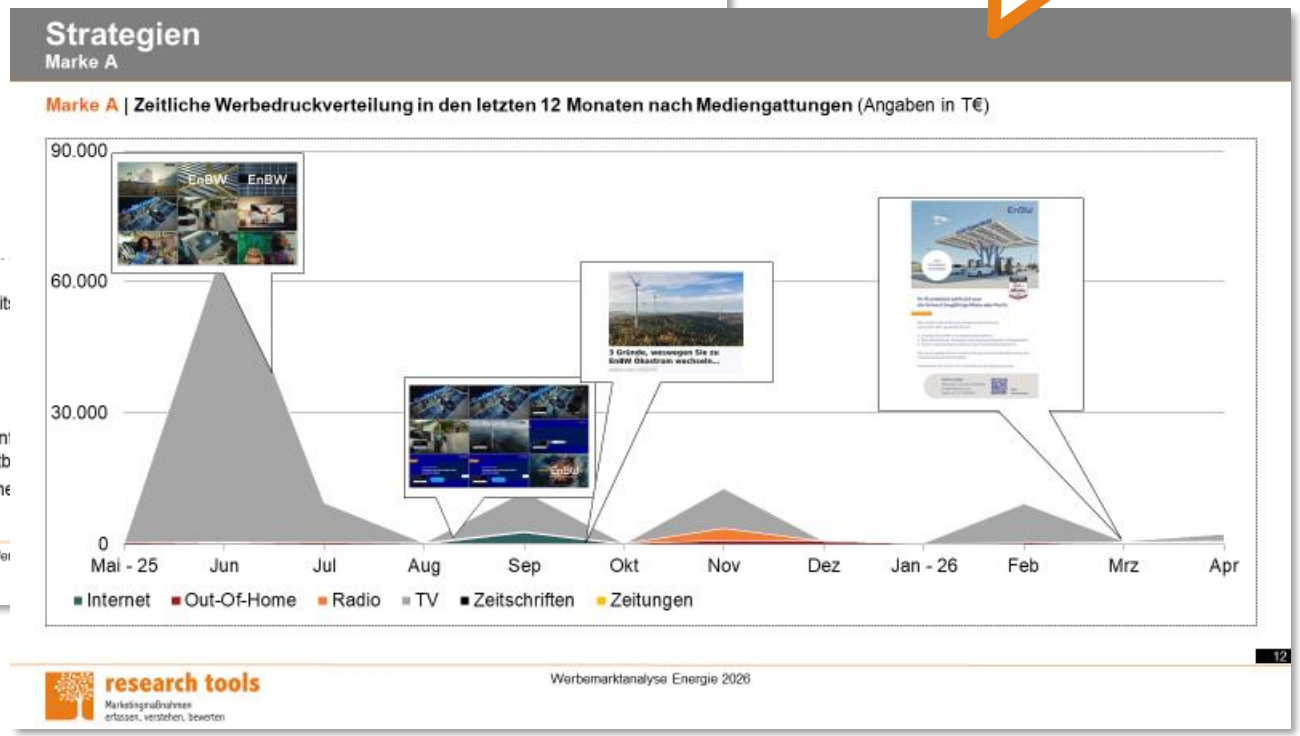
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten





Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?



Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.
E-Mail: 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 4.800 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Energie 2026**.

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

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools, Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring mit dem Fokus auf Eigenstudien.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen' sind seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Customer Journey Stromanbieter 2026
- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2026
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Fern- und Nahwärme 2026
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Eigenheim 2026
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Ökostrom 2026
- Werbemarktanalyse Stromanbieter 2026

Energiebranche: seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht





