

+++ E.ON +++ EnBW +++ ENTEGA +++ envia M +++ eprimo +++ innogy +++ lekker +++ lifestrom +++ Simply Green +++ Yello +++ und weitere 160 Anbieter mit quantitativen 5-Jahres-Trends +++ E.ON +++ EnBW +++ E

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Stromanbieter 2018

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2018

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Stromanbieter 2018

Kooperationspartner:
ENERGIE & MANAGEMENT

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Stromanbieter innerhalb eines Jahres insgesamt über 172 Millionen Euro ausgegeben.
- Im volumenstärksten Teilmarkt ‚Erneuerbare Energien‘ haben die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich um mehr zwölf Millionen zugenommen.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 61 Stromanbieter für ihre Produkte. Ausgabenstarke Monate sind Oktober bis Dezember.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 62 Prozent.
- Seit Jahren ist TV das Top-Medium, jeder sechste Werbeeuro fließt in Internetwerbung.
- Zehn Stromanbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro. Fünf der zehn werbestarken Marken haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Der Erfolgsfaktor ‚Alleinstellung‘ ist in der Branche der aktuell größte Schwachpunkt unter den qualitativen Werbeerfolgsk Faktoren.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Stromanbieter



Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
innogy

6 Produktmärkte



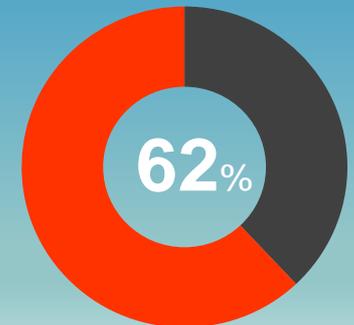
Top-Volumenmarkt:
Erneuerbare Energien

Top-Trendmarkt:
Smart Home

Werbekonzentration



innogy
lifestrom
SimplyGreen



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **170 Stromanbieter**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **sechs Teilmärkten**, darunter
Erneuerbare Energien, Image, Smart Home, Strom

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 161 PowerPoint-Seiten

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

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

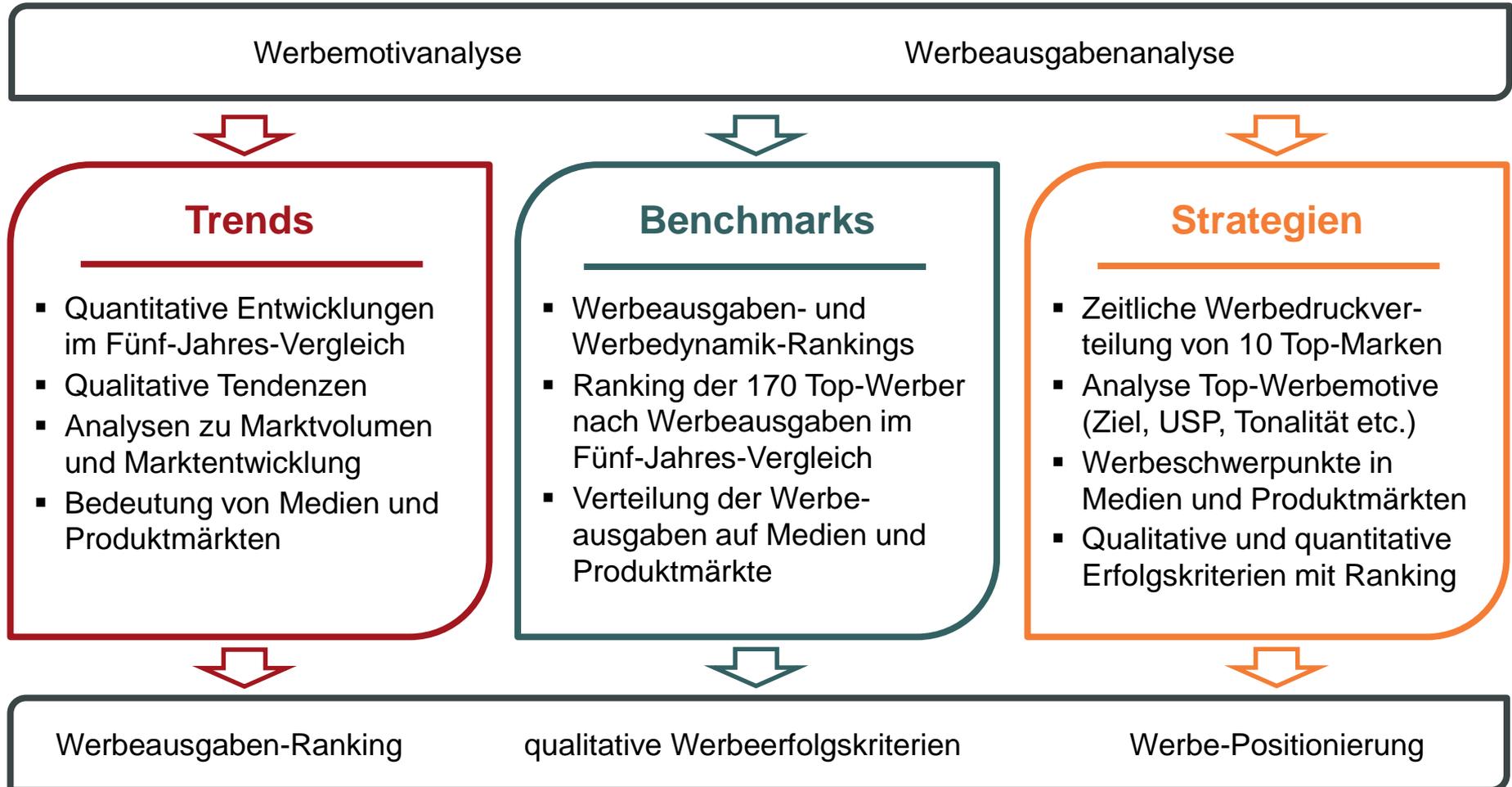
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- E.ON
- EnBW
- ENTEGA
- envia M
- eprimo
- innogy
- lekker
- lifestrom
- Simply Green
- Yello
- + Spendings
für 160 weitere
Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welche sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 170 Stromanbieter im 5-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sechs Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 161 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich	17
Entwicklung Anzahl Werbungtreibende, Werbeausgabenentwicklung insgesamt, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Qualitative Tendenzen	26
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2016/2017, aktuelle Trends 2016/2017	
➤ Benchmarks	32
▪ Werbeausgaben-Rankings	35
Share of Advertising der Top 10 Anbieter, Ranking der Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top 170 Anbieter nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres- Vergleich	57
Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Fünf-Jahresvergleich, Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbe- ausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im Fünf-Jahresvergleich	
▪ Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	63
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	66
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ E.ON	73
▪ EnBW	80
▪ ENTEGA	89
▪ envia M	96
▪ eprimo	103
▪ innogy	109
▪ lekker	120
▪ lifestrom	127
▪ SimplyGreen	132
▪ Yello	138
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	145
▪ Motiv-Highlights	149
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	152
➤ Kontakt	160

Beispielseiten (1)

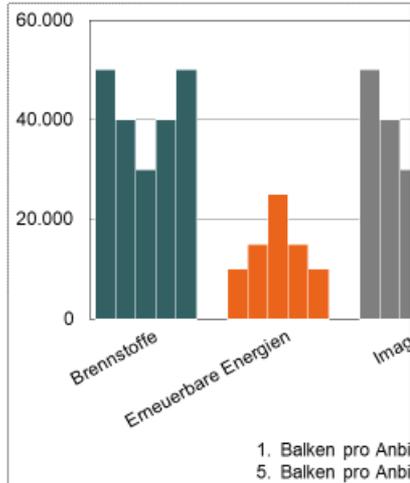
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Anbieter produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2016/2017

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Erneuerbare Energien
Meist geschaltete Medienkanäle	Internet
Meist genutzte Werbemedium	Medium A
Anzahl Motive	Internet (XXXX)
Designelemente	Solardächer, Autos
Kreativagenturen	Agentur A

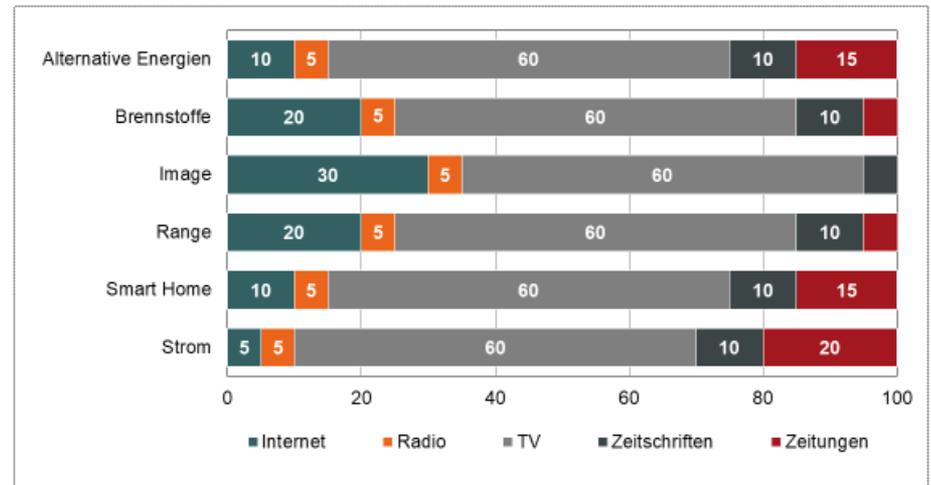
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2016/2017 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Stromanbieter 2018

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

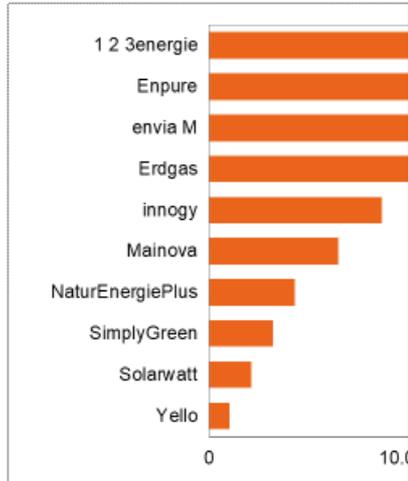
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Anbieter nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€)



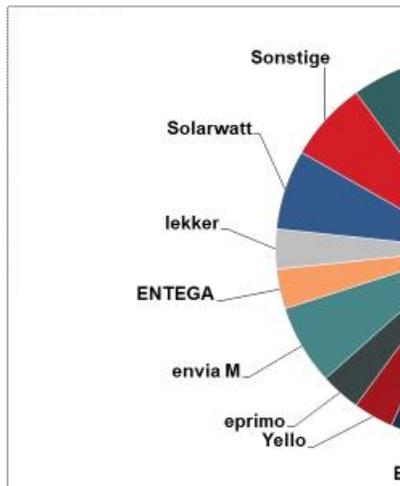
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Anbieter von November 2016 bis Oktober 2017



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

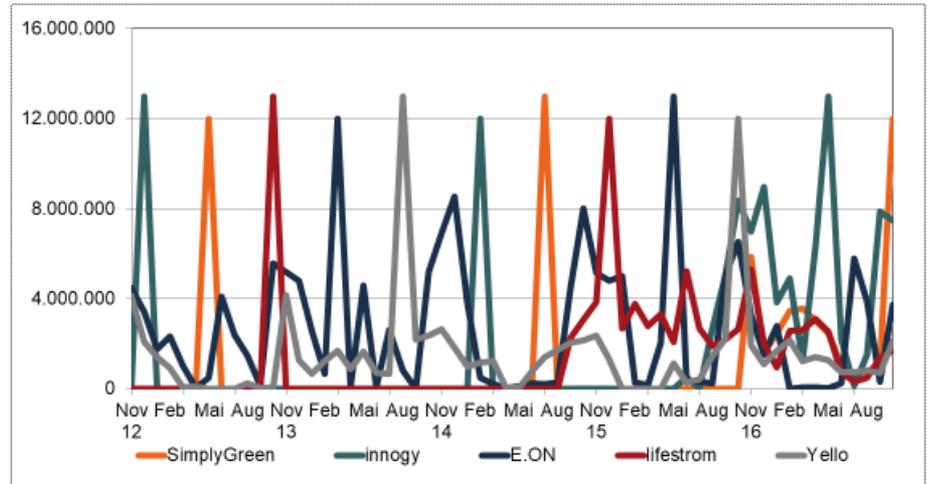


Welche medialen Peaks ergeben sich im Jahresverlauf?

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1 – 5)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Stromanbieter 2018

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '16/'17	X.XXX.254 € (- XX,6% zu '15/'16) Rang X
	Qua
Alleinstellung	keine Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet
Aufmerksamkeitsstärke	schlichte, Motive mit corporate colour XXX, Testimonial XXXX
Design – Konsistenz	ähnliche Motive mit kleinen Variationen im Zeitverlauf

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

iMarke B | Strom Analyse Top-Werbemotive



MED	N 24, ProSieben	UF	Film, Serie, D
SCH	1051		20 – 22 Uhr
€	X.XXX.243 €		XX.5.-X.9. Pa
ZR	XX.XX.2017 – XX.XX.2017	ZG	junge Elektro Autofahrer
AG	Agentur X	USP	Energie wird
	Produktrelevanz	TON	modern

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

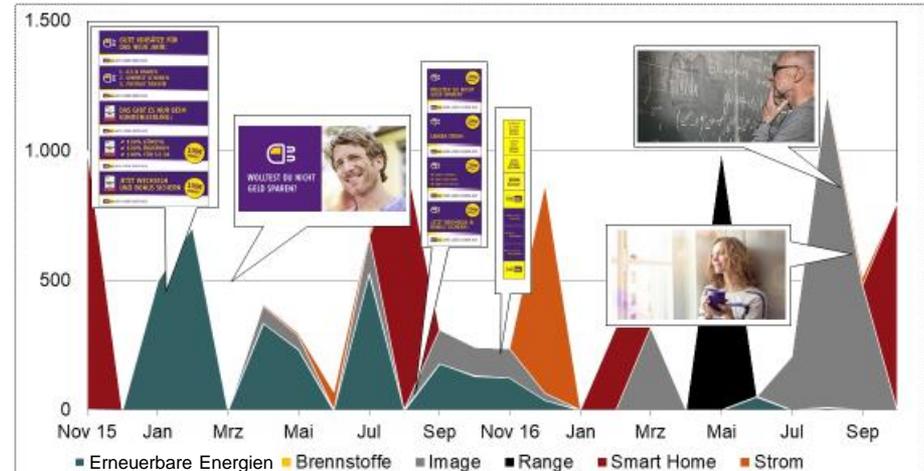


Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Stromanbieter 2018

121

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Anbieterranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

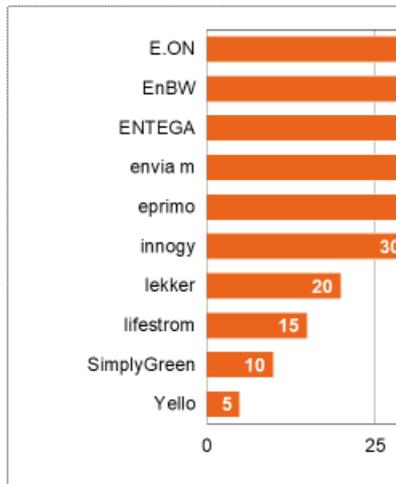
Marken	Werbedruck		Awar
	Spending	Share of Advert.	Alleinstellung
E.ON	●●●●●	●●●●●	●●●●●
EnBW	●●●●●	●●●●●	●●●●●
ENTEGA	●●●●●	●●●●●	●●●●●
envia M	●●●●●	●●●●●	●●●●●
eprimo	●●●●●	●●●●●	●●●●●
innogy	●●●●●	●●●●●	●●●●●
lekker	●●●●●	●●●●●	●●●●●
lifestrom	●●●●●	●●●●●	●●●●●
SimplyGreen	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Yello	●●●●●	●●●●●	●●●●●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Anbieterranking

Anbieterranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



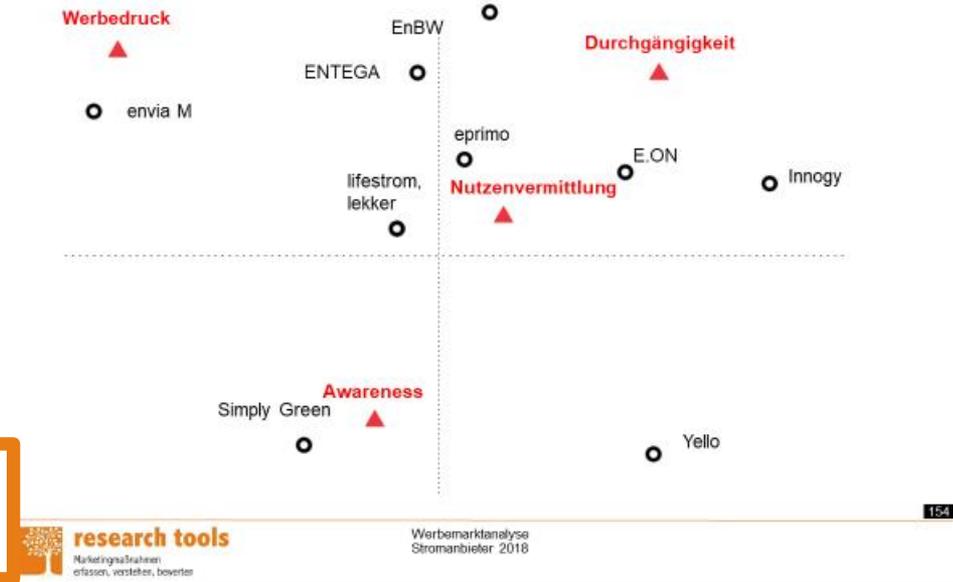
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Stromanbieter 2018.

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

Zuletzt zur Energiebranche erschienen:

- Studie Kundenpfade Energie 2017
- Marketing-Mix-Analyse Wärmestrom 2017
- Studie Vergleichsportale-Marketing Energie 2017
- Marktthemenradar Stadtwerke 2017
- Studie eVisibility Energie 2017
- Studie Unternehmensprofile Energieanbieter 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 40 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

