

+++ E.ON +++ EnBW +++ Enpal +++ Entega +++ envia M +++ Octopus Energy +++ RheinEnergie +++  
+ StadtEnergie +++ Tibber +++ Yello +++ und weitere 220 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Stromanbieter 2022

Werbeausgaben für 230 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

April 2022



powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Stromanbieter 2022

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Strom innerhalb eines Jahres über 121 Millionen Euro ausgegeben.
- Überregionale Stromanbieter bilden die volumenstärkste Anbietergruppe. Sie weisen einen Anteil von 86 Prozent am Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben 125 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV dominiert den Werbemarkt. TV-Werber Nr. 1 ist E.ON.
- 15 Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 40% Anteil der Top 2-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Stromanbieter

Mrz. 21.-Feb. 22

**121** Mio. €



davon  
**86%**

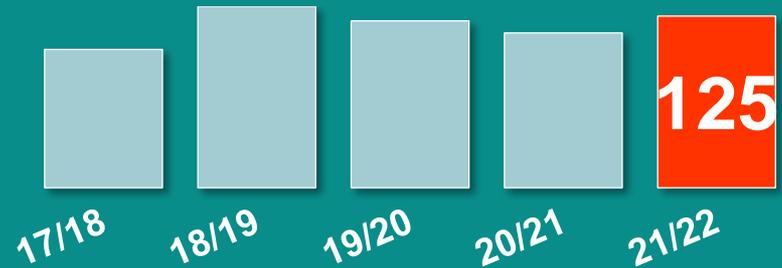
in der Anbietergruppe  
überregionale Stromanbieter

### Mediensplit

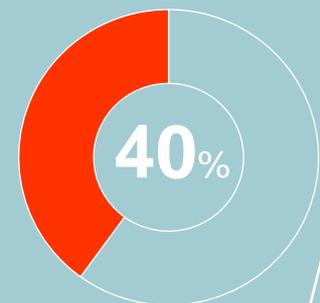


TV-Werber Nr. 1:  
**E.ON**

### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**E.ON**  
**Yello**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**230 Anbieter von Strom** mit den höchsten Spendings

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

nach **vier Anbietergruppen**,  
darunter Stadtwerke, überregionale Anbieter

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 92 PowerPoint-Seiten

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

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

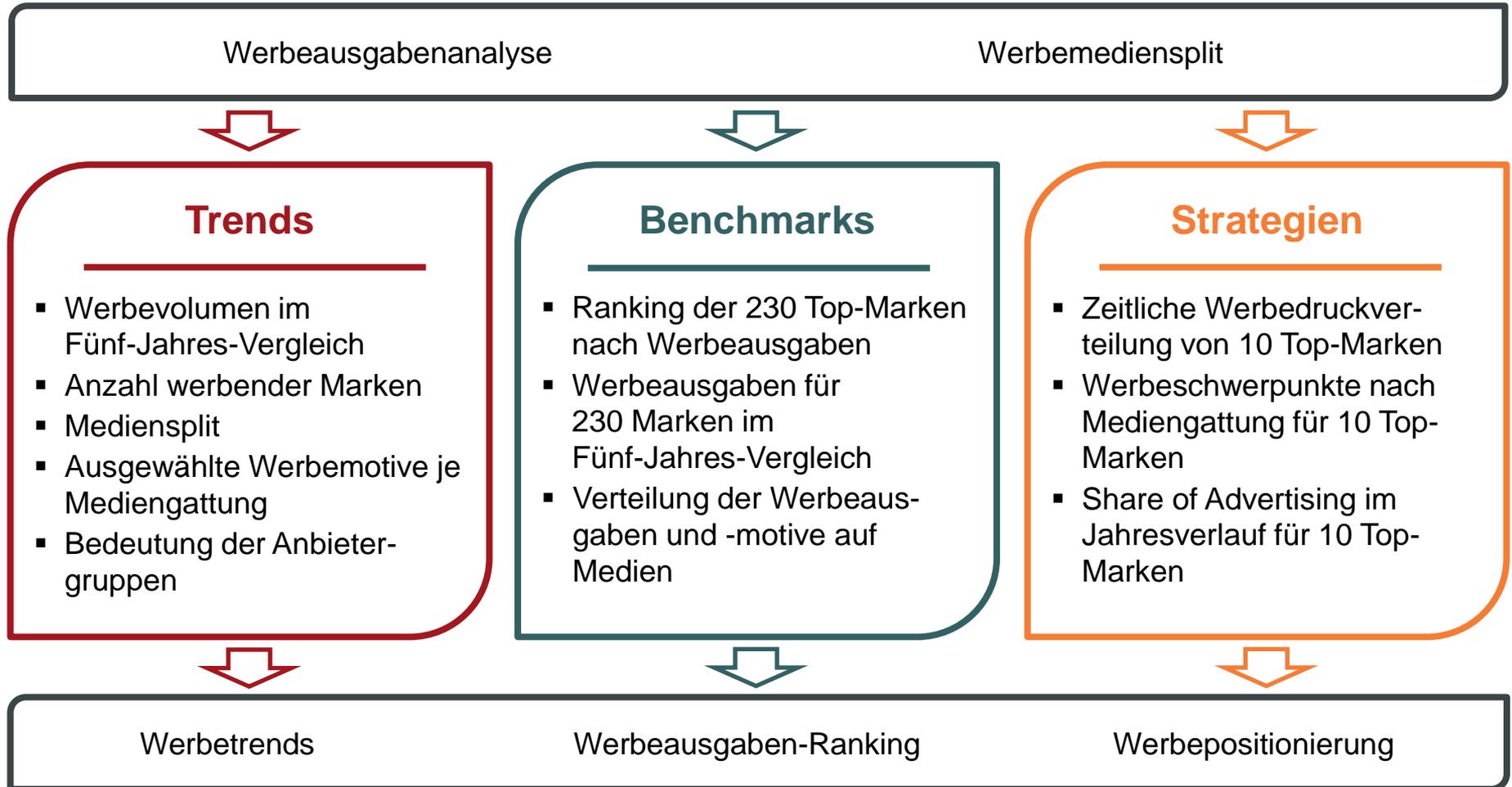
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- E.ON
- EnBW
- Enpal
- Entega
- envia M
- Octopus Energy
- RheinEnergie
- StadtEnergie
- Tibber
- Yello
- + Spendings für 220 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- welche Entwicklungen sind bei den Anbietergruppen zu erkennen?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 230 Marken
- Werbespendings nach 4 Anbietergruppen
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, 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 92 Seiten umfassende Studie kostet **1.900 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2021/2022	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	35
▪ Werbeausgaben-Rankings	36
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 230-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	65
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	



# Inhaltsverzeichnis

- **Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten** 72  
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
- **Strategien** 75  
Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf
- **Kommunikationspositionierung** 87  
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 91

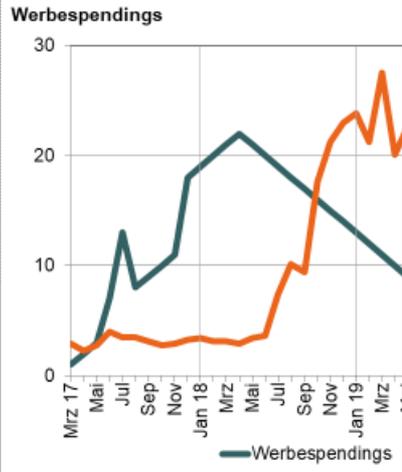
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



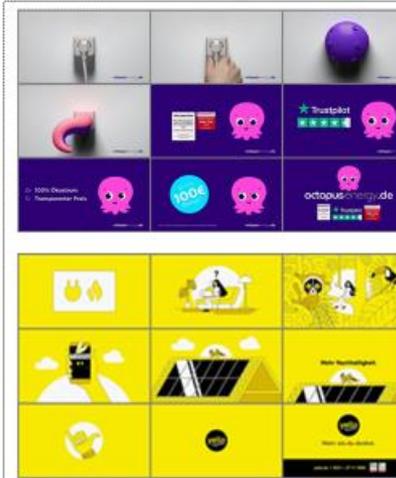
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2021/2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

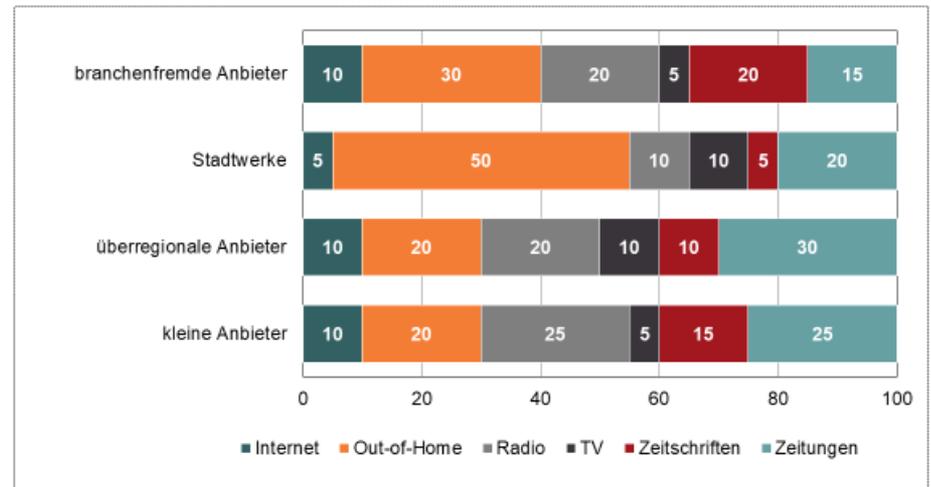


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen im Mediensplit 2021/2022 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2022

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 230-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Mrz. '17 – Feb. '18	Mrz. Feb.
11	enercity	1.000.000	9
12	Greenpeace Energy	900.000	8
13	Grüne Aue	800.000	7
14	Hamburg Energie	700.000	6
15	LichtBlick	600.000	5
16	Mainova	500.000	4
17	RWE	400.000	3
18	Stadtwerke Düsseld.	300.000	2
19	Stadtwerke München	200.000	1
20	Vattenfall	100.000	9

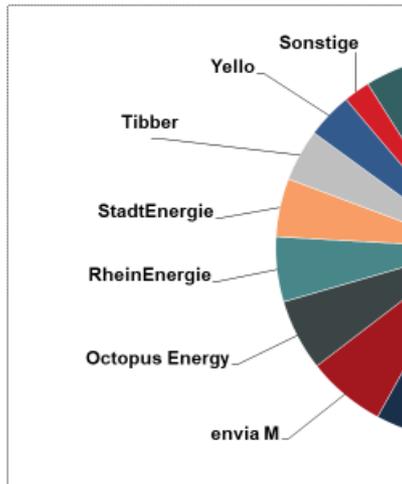
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von März 2021 bis Februar 2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

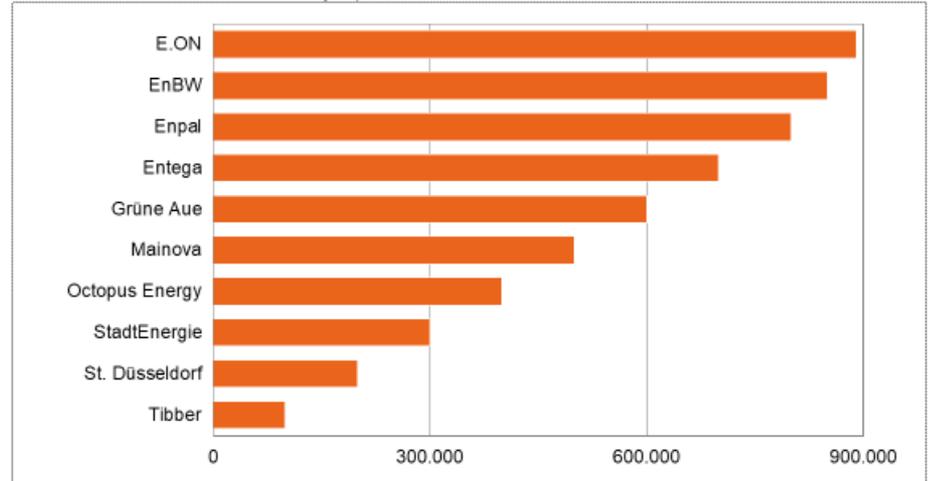


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2022

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

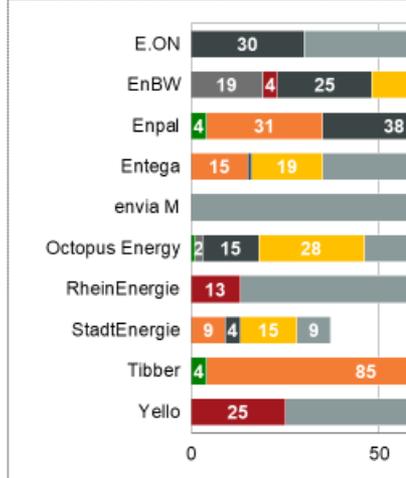
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

○ E.ON

T

▲ Zeitschriften

○ Ent

○ envia M

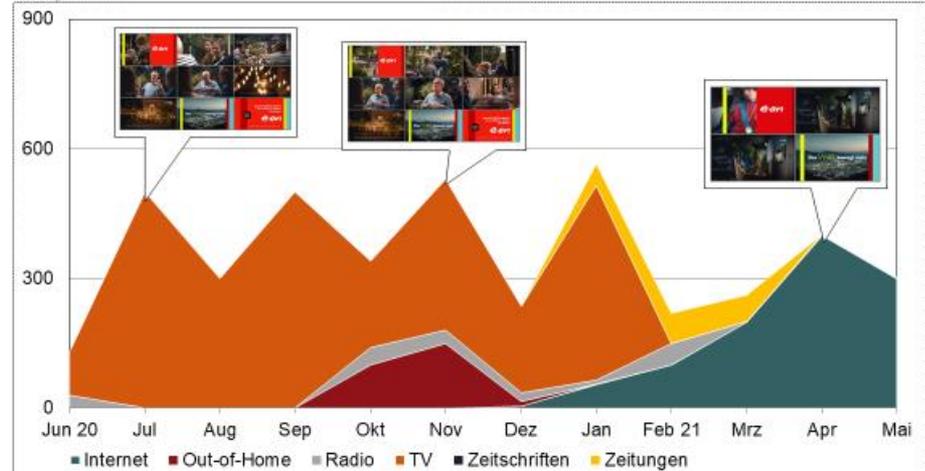
Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse  
Stromanbieter 2022

# 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 1.900 EUR zzgl. MwSt. die

**Werbemarktanalyse Stromanbieter 2022.**

**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 erschienene Studien zur Energiebranche:

- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2021
- Werbemarktanalyse Gasversorger 2021
- Studie eVisibility Energie 2021
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Stadtwerke-Kunden 2021
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Stromanbieterwechsler 2020
- Studie Energiemarkt-Zielgruppe Junge Erwachsene 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

