

+++ E wie einfach +++ E.ON +++ EnBW +++ energcity +++ eprimo +++ innogy +++ lifestrom +++ RWE +++ Vattenfall +++ Yello +++ und weitere 190 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ E wie einfach ++

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Stromanbieter 2020

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

April 2020

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Stromanbieter 2020

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Strom innerhalb eines Jahres über 106 Millionen Euro ausgegeben.
- ‚Erneuerbare Energien‘ ist aktuell nur noch der drittgrößte Produktmarkt.
- Größter Wachstumsmarkt ist die Imagewerbung.
- Im Durchschnitt werben 122 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 52 Prozent.
- Elf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, sieben davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Designkonsistenz‘ und ‚Wiedererkennbarkeit‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Stromanbieter

2018/2019:  
**144** Mio €

2019/2020:  
**106** Mio €

### Mediensplit



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

### 6 Produktmärkte



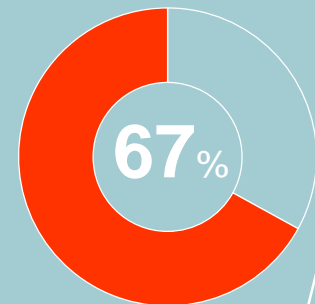
Top-Volumenmarkt:  
**Strom**

Top-Aufsteigermarkt:  
**Imagewerbung**

### Werbekonzentration



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



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **200 Stromanbieter**  
mit den höchsten Werbeausgaben

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

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

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 167 PowerPoint-Seiten

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

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

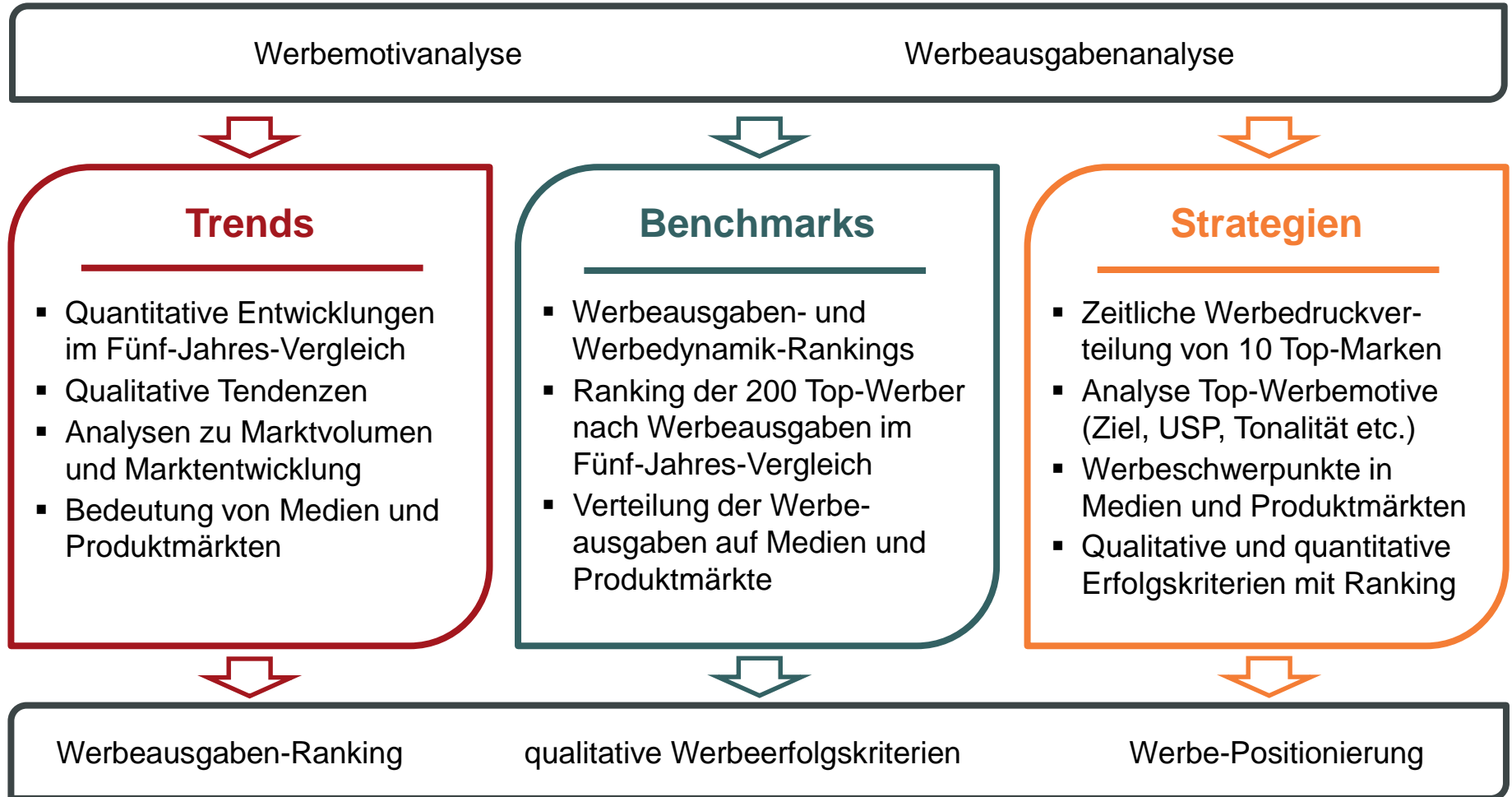
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- E wie einfach
- E.ON
- EnBW
- enercity
- eprimo
- innogy
- lifestrom
- RWE
- Vattenfall
- Yello
- + Spendings für  
190 weitere  
Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 200 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sechs Produktmärkten
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, Out-of-Home, Radio, 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 167 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	17
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	20
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	24
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2019/2020	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2019/2020	
▪ Qualitative Tendenzen	38
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020, aktuelle Trends 2019/2020	



# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Benchmarks</b>	<b>49</b>
▪	<b>Werbeausgaben-Rankings</b>	<b>46</b>
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 200 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	<b>Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich</b>	<b>74</b>
	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, Werbeverzicht in Monaten	
▪	<b>Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>81</b>
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	





# Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	84
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ E wie einfach	90
▪ E.ON	95
▪ EnBW	101
▪ energcity	107
▪ eprimo	113
▪ innogy	119
▪ lifestrom	124
▪ RWE	129
▪ Vattenfall	135
▪ Yello	141
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	146
▪ Motiv-Highlights	152
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	155
Kommunikationspositionierung von 200 Marken auf Basis Mediensplit, Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgsdimensionen	
➤ Kontakt	166



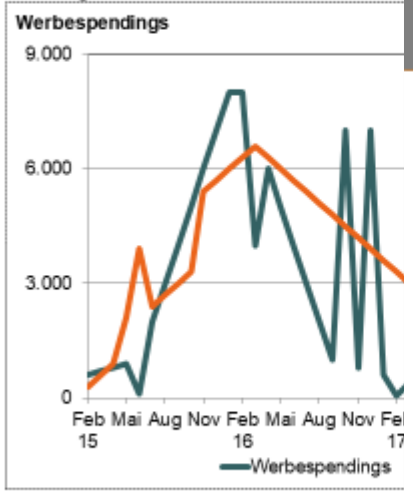
# Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

**Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?**

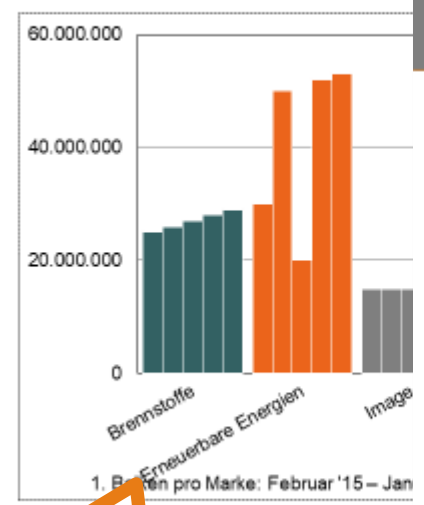
**Trends**  
Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



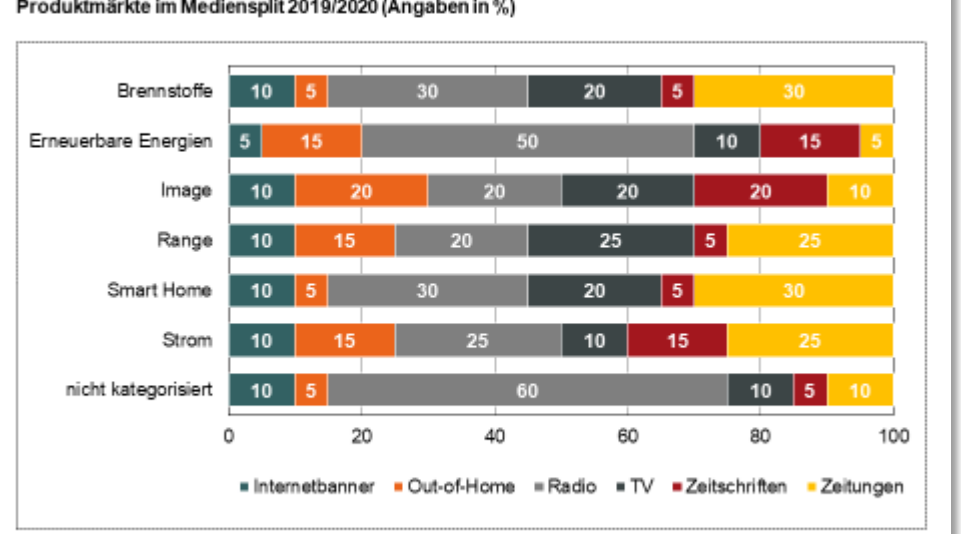
**Trends**  
Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte Im 5-Jahres-Vergleich

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



**Trends**  
Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte Im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



**Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?**

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

**research tools**

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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

Werbemarktanalyse Stromanbieter 2020

# Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 200 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Feb. '15 – Apr. '16	Feb. '16 – Apr. '17	Feb. '17 – Apr. '18	Feb. '18 – Apr. '19	Feb. '19 – Apr. '20
11	Entega	1.000.000	900.000	800.000	700.000	600.000
12	envia M	900.000				
13	EWE	800.000				
14	LichtBlick	700.000				
15	Mainova	600.000				
16	Stadtwerke Düssel.	500.000				
17	Stadtwerke Essen	400.000				
18	Stadtwerke Leipzig	300.000				
19	Süwag	200.000				
20	Verbund	100.000				

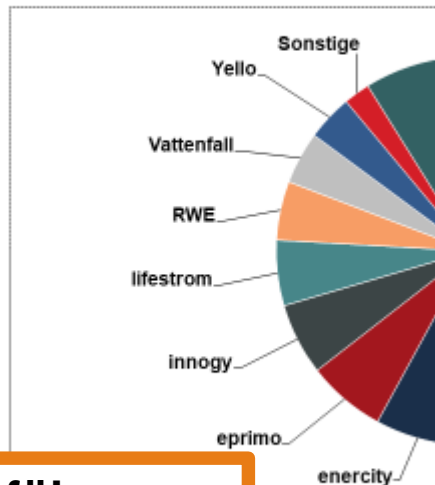
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Feb



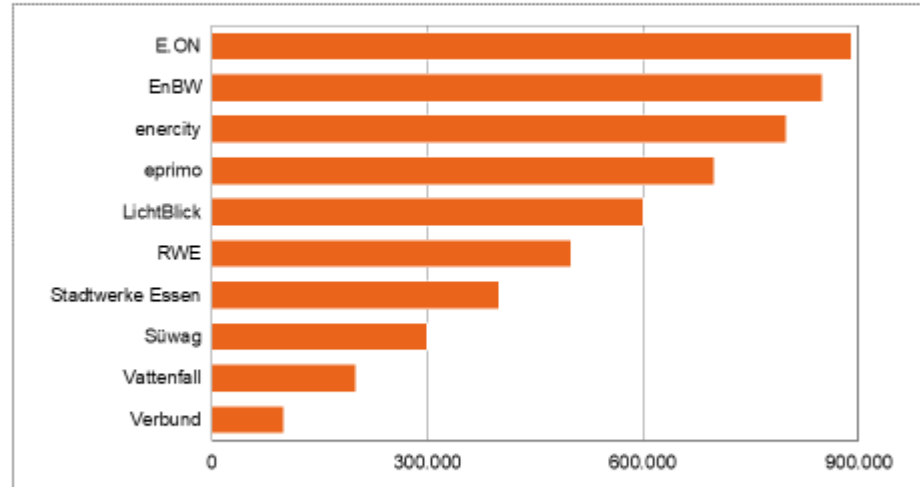
Welche Anbieter führen das Ausgabenranking an?

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

## Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2020

# Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

## Strategien Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Qua
Werbeausgaben absolut in '18/19	xxx € zu '17/'18, +xx% Anteil an d. ges. Branche (Rang xx)
	Qua
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	freudige TV-Spots, Hintergrundmusik corporate colour
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Strategien Marke B

Marke B | Analyse Top-Werbemotive



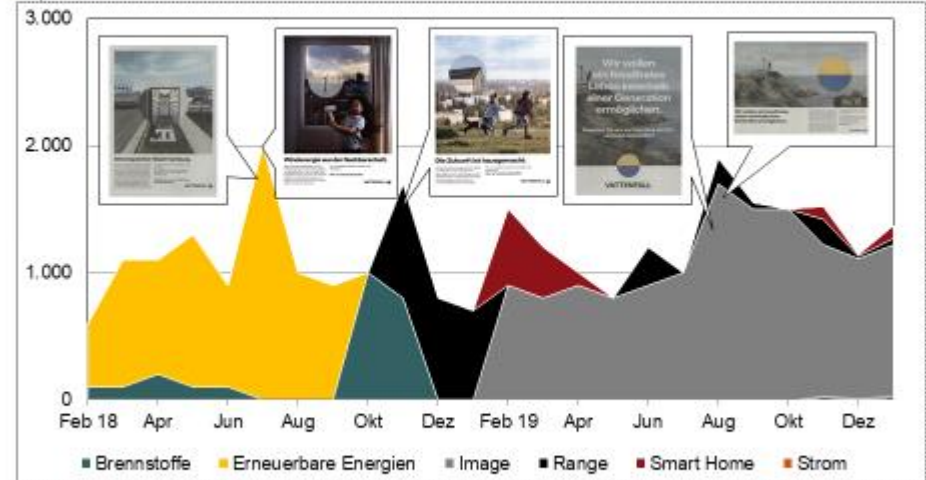
ZR	xx.19-xx.19	🕒	14-16 Uhr
E	täglich	AG	Agentur A
MED	Sat.1, RTL, RTL II	UF	Serie, Soap,
€	xxx €	SCH	xxx
🔍	Markenrelevanz	ZG	Wechselkun
USP	Mehr als du denk.	TON	humorvoll, ti

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Strategien Marke C

Marke C | Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (Angabe in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Stromanbieter 2020

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

# Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

## Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

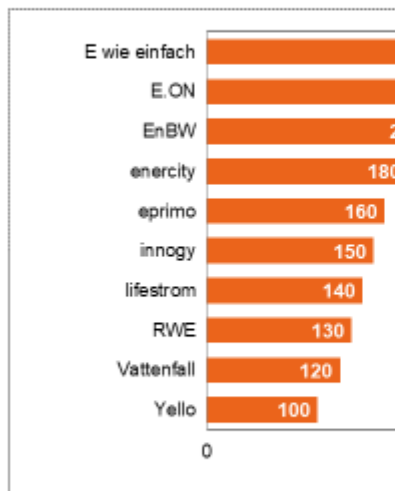
Marken	Awareness		Di
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
E wie einfach	●○○	●○○	●
E.ON	●○○	○○●	●
EnBW	●○○	○○●	●
enercity	●○○	○○●	●
eprimo	●○○	○○●	●
innogy	●○○	○○●	●
lifestrom	●○○	○○●	●
RWE	○○●	○○●	●
Vattenfall	●○○	○○●	●
Yello	●○○	○○●	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte\* in allen acht Werbeerfolgsfaktoren)



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](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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Stromanbieter 2020.**

**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 Ökostrom 2020
- Marketing-Mix-Analyse Smart Home 2020
- Studie Social Media-Performance Energieanbieter 2019
- Studie eVisibility Energie 2019
- Studie eVisibility Energiesparen 2019
- Marketing-Mix-Analyse Fernwärme 2018

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 60 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

