

+++ 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



**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 Werbeerfolgsfaktoren.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Stromanbieter



### Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:  
**innogy**

### 6 Produktmärkte

Top-Volumenmarkt:  
Erneuerbare Energien

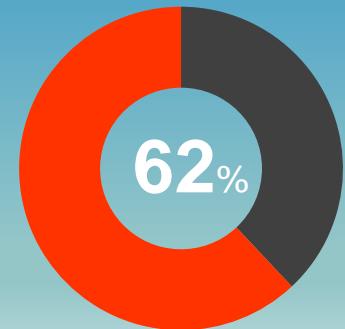


Top-Trendmarkt:  
Smart Home

### 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:

### Werbemotivanalyse

### Werbeausgabenanalyse



#### Trends

- Quantitative Entwicklungen im Fünf-Jahres-Vergleich
- Qualitative Tendenzen
- Analysen zu Marktvolumen und Marktentwicklung
- Bedeutung von Medien und Produktmärkten



#### Benchmarks

- Werbeausgaben- und Werbedynamik-Rankings
- Ranking der 170 Top-Werber nach Werbeausgaben im Fünf-Jahres-Vergleich
- Verteilung der Werbeausgaben auf Medien und Produktmärkte



#### Strategien

- Zeitliche Werbedruckverteilung von 10 Top-Marken
- Analyse Top-Werbemotive (Ziel, USP, Tonalität etc.)
- Werbeschwerpunkte in Medien und Produktmärkten
- Qualitative und quantitative Erfolgskriterien mit Ranking



### Werbeausgaben-Ranking



### qualitative Werbeerfolgskriterien



### Werde-Positionierung

# 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 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 Werbeausgaben 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

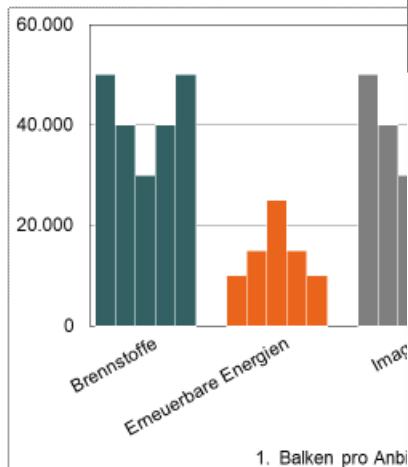
# Beispieleiten (1)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### 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



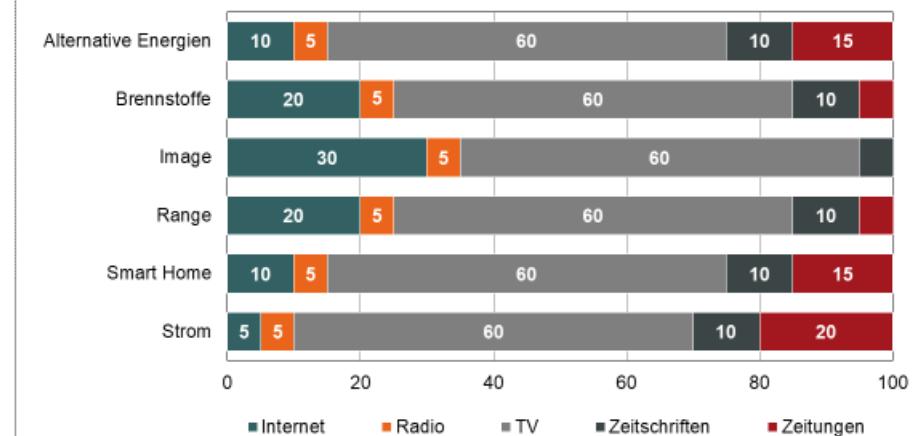
**Welche Dynamik ist in den  
Produktmärkten erkennbar?**

**Auf welchen Mediensplit  
setzen die Unternehmen?**

### 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

24

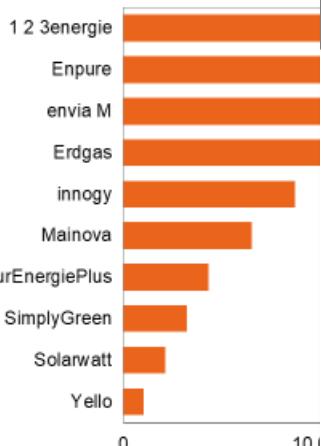
9

# Beispelseiten (2)

Die Beispelseiten 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

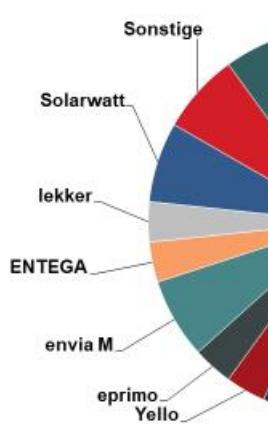


research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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



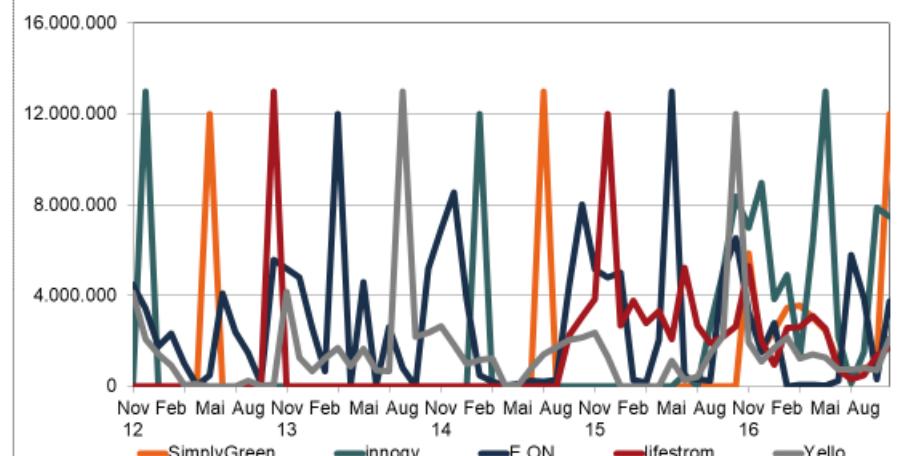
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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



research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2018

59

Welche Marken zeigen  
die größte Dynamik?

# Beispieleiten (3)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### Strategien

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

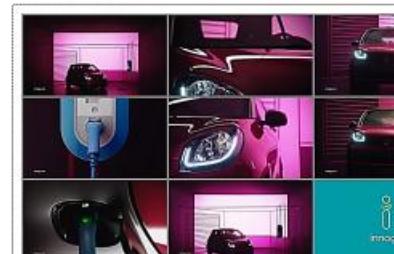
Qua	
Werbearbeiten absolut in '16/'17	X.XXX.254 € (- XX,6% zu '15/'16) Rang X
Qu	
Alleinstellung	keine Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet
Aufmerksamkeits- stärke	schlichte, Motive mit corporate colour XXX, Testimonial XXXX
Design – Konsistenz	ähnliche Motive mit kleinen Variationen im Zeitverlauf

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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

### Strategien

iMarke B | Strom Analyse Top-Werbemotive



MED	N 24, ProSieben	UF	Film, Serie, C
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

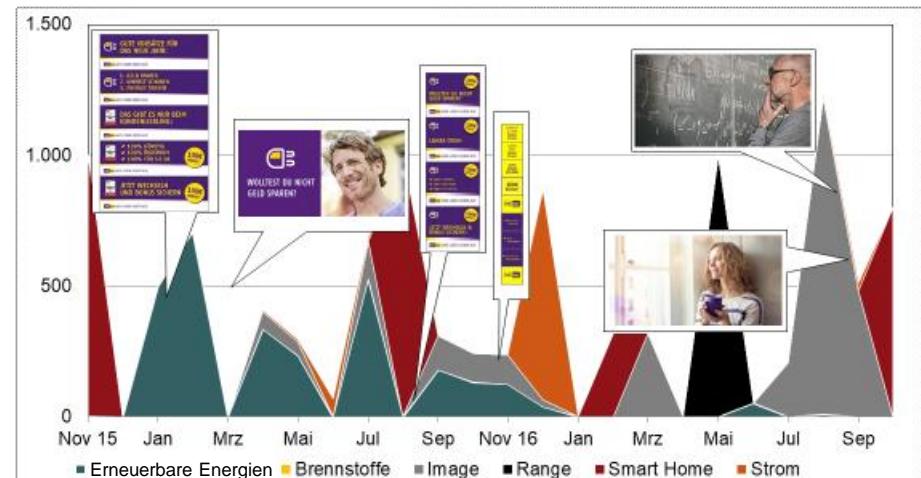
**research tools**  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

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. €)



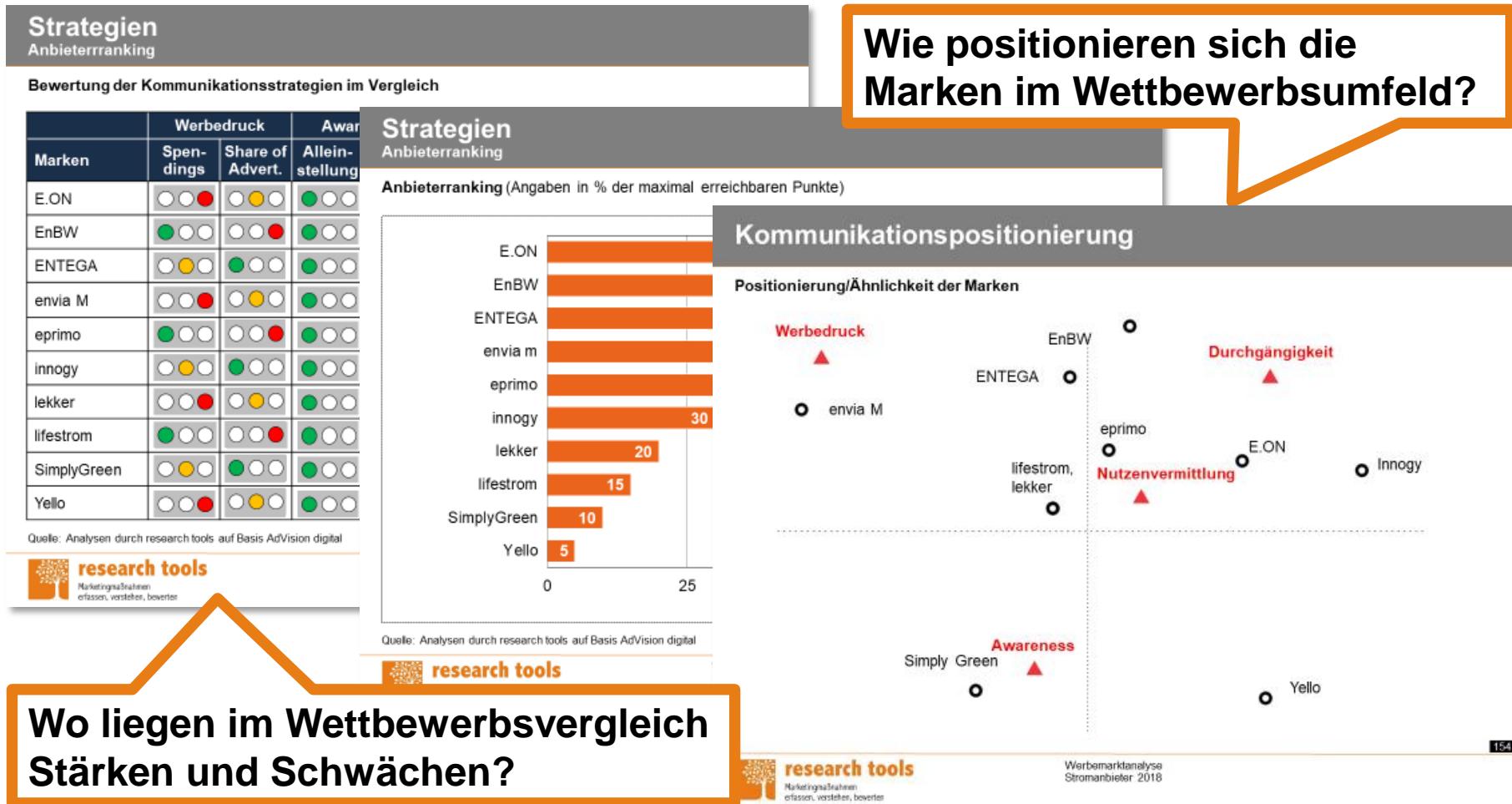
**research tools**  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Stromanbieter 2018

121

# Beispieleiten (4)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten



# Bestellformular

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

**E-Mail:** studie@energie-und-management.de

**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:

---