

+++ Barmer +++ Clark Germany +++ Datev +++ Deine Apotheke +++ Haufe/Lexware +++ Heinekingmedia +++ SAP +++ Shopify +++ Taxfix +++ Usedom Reisen +++ u. weitere 390 Anbieter mit quantit. Fünf-Jahres-Trend

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Business-Software 2020

Werbeausgaben für 400 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

September 2020

kom-  
pakt

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die Anbieter von Business-Software wie beispielsweise für Apps, Software für Dienstleistung, Vertrieb oder Verwaltung innerhalb eines Jahres über 87 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen erhöhte sich innerhalb von zwölf Monaten um 26%.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Dienstleistung haben sich die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich mehr als verdoppelt.
- Im Durchschnitt werben 289 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre schwankt die Anzahl der Werbungtreibenden stark.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitschriften-Werber Nummer eins ist Haufe/Lexware.
- Zwölf Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate, die Hälfte davon hat ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahr aufgestockt.
- Die Werbekonzentration liegt bei 44% Anteil der Top 3-Marken.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Business-Software

2018/2019:  
**69** Mio €

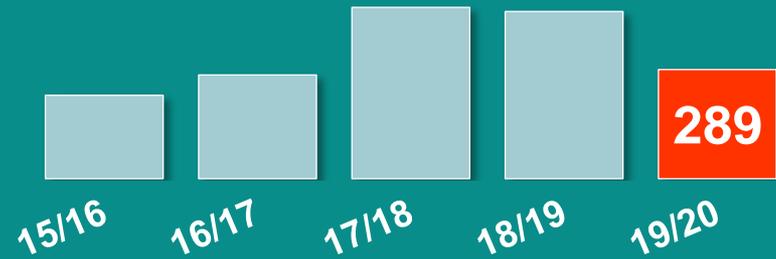
2019/2020:  
**87** Mio €

### Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:  
**Haufe/Lexware**

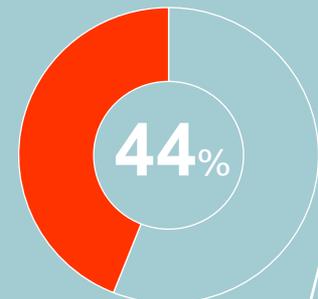
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Clark Germany  
Haufe/Lexware  
Taxfix**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**400 Anbieter von Business-Software**  
mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**  
in **9 Teilmärkten** darunter Dienstleistung, Medizin, Verwaltung

**Mediensplit** für fünf Gattungen:  
Internetbanner, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 100 PowerPoint-Seiten

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

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

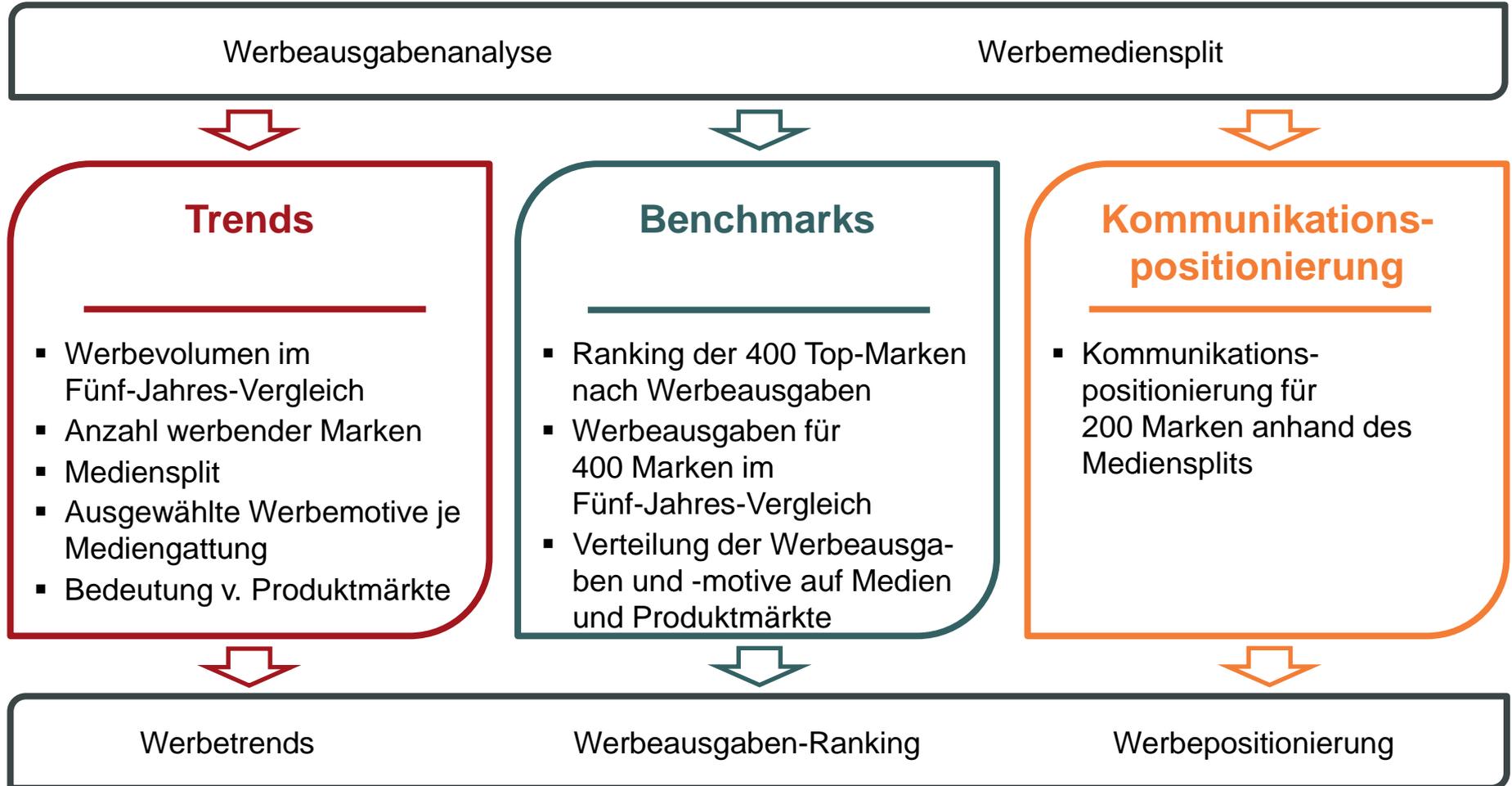
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Barmer
- Clark
- Datev
- Deine Apotheke
- Haufe/Lexware
- Heinekingmedia
- SAP
- Shopify
- Taxfix
- Usedom Reisen
- + Spendings für  
390 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 in den Produktmärkten 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 400 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in 9 Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 200 Marken

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, 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 100 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ 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 2019/2020	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	30
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	

# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Benchmarks</b>	<b>37</b>
▪	<b>Werbeausgaben-Rankings</b>	<b>40</b>
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 400-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>85</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	
▪	<b>Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>91</b>
	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	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	<b>94</b>
	Kommunikationspositionierung von 200 Marken auf Basis Mediensplit	
➤	<b>Kontakt</b>	<b>99</b>



# Analysebeispiele (1)

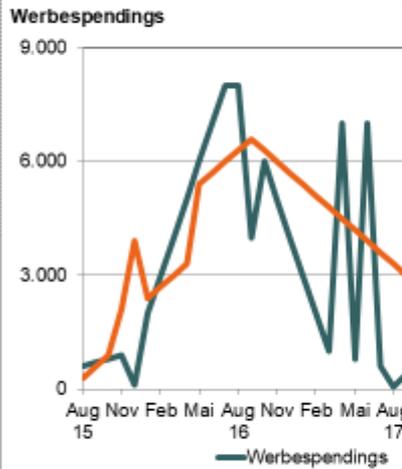
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

## 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 2019/2020



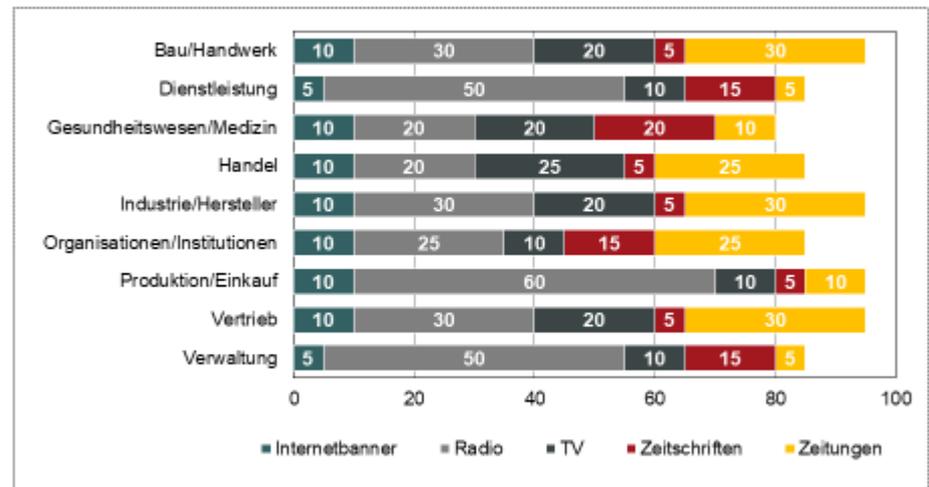
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Business-Software 020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

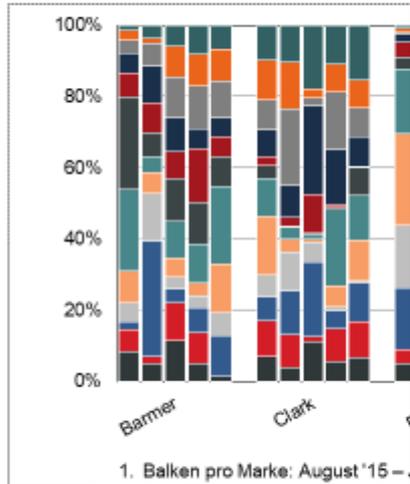
# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Aug. '15 – Jul. '16	Aug. '16 – Jul. '17
11	Agenda Software	1.000.000	€
12	Asana	900.000	€
13	Eversense	800.000	7
14	Lascana	700.000	€
15	Opinary	600.000	€
16	sevDesk	500.000	4
17	Slack Technologies	400.000	3
18	SurveyMonkey	300.000	2
19	Tableau Software	200.000	1
20	Vocabulix	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

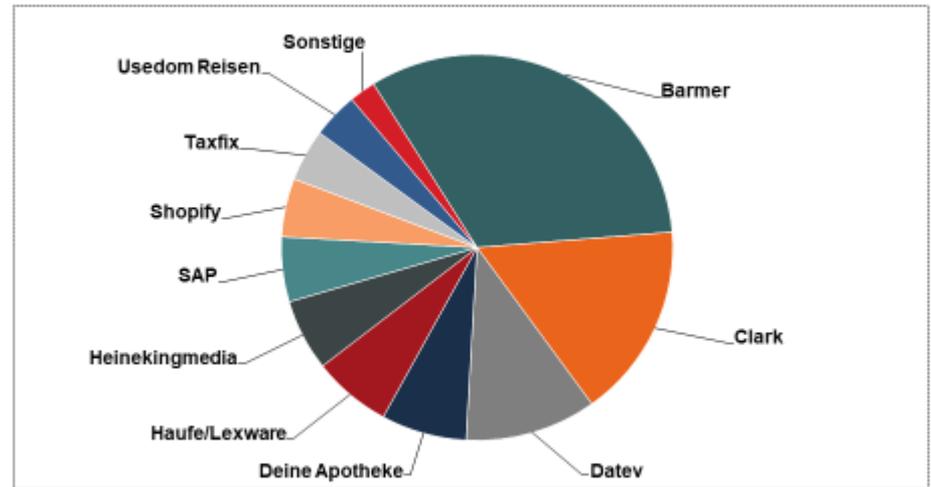


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2019 bis Juli 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

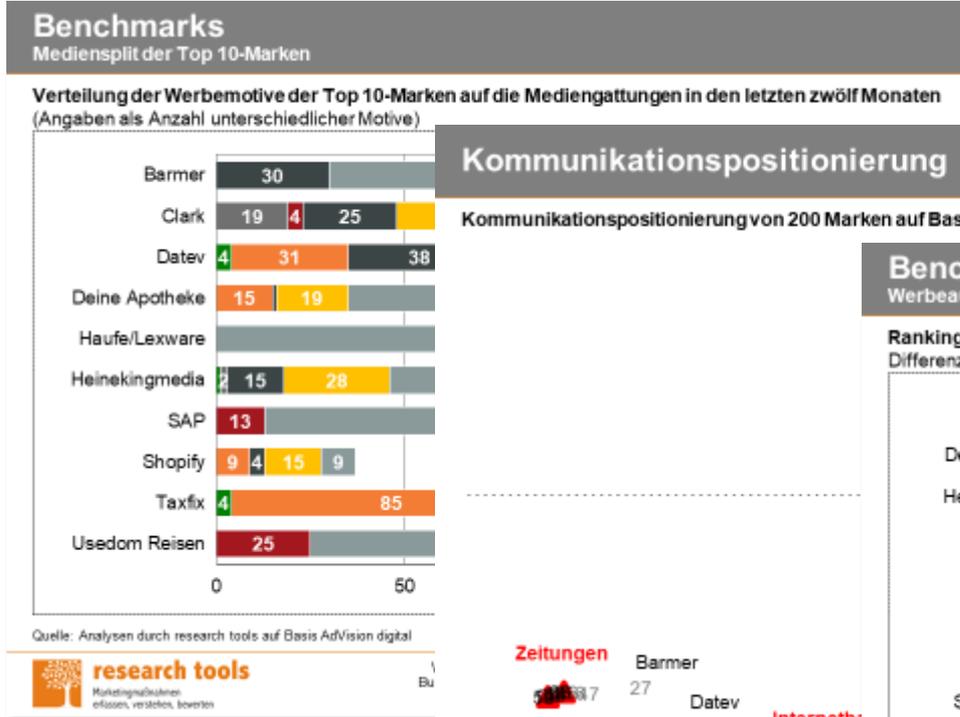


Werbemarktanalyse  
Business-Software 2020

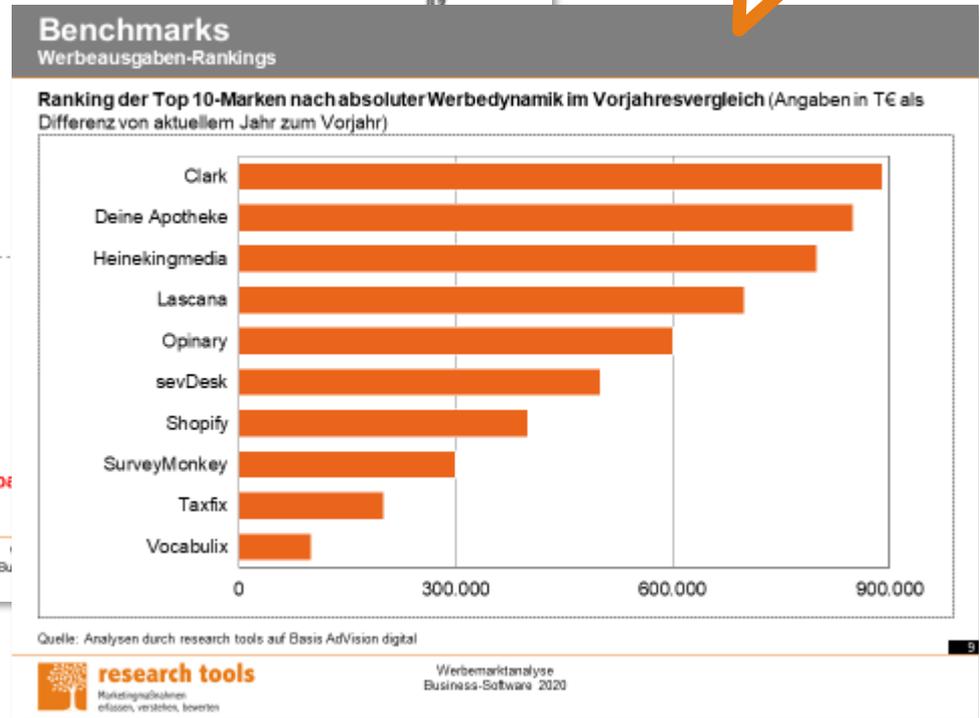
Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

# 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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Business-Software 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 erschienene Studien zu B2B-Branchen:

- Studie eVisibility Marketing- und Vertriebsberatung 2020
- Studie eVisibility Messebau 2019
- Werbemarktanalyse Wirtschaftsförderung 2019
- Marktthemenradar Medizintechnik 2017
- Studie Industrie 4.0
- Marktthemenradar Messebau 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

