



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Werbemarkt Business-Software mit mehr als 1.200 werbenden Marken



Das Werbevolumen für Business-Software hat im Vergleich zum Vorjahr stark zugenommen. Dieses Plus schlägt sich hauptsächlich im Teilbereich der Dienstleistungsprogramme nieder. Insgesamt zeigen über 1.200 Marken mediale Präsenz. Clark Germany, Haufe/Lexware und Taxfix sind die Topwerber.

Esslingen am Neckar, 06. Oktober 2020 – Die Werbeausgaben für Business-Software sind stark gestiegen. Mit einem Volumen von 87 Millionen Euro liegen sie um 26 Prozent über dem Vorjahresniveau. Volumenstärkster Produktmarkt sind Programme für die Dienstleistungsbranche, beispielsweise Steuer- oder Versicherungssoftware. Deren mediales Kommunikationsvolumen hat sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt und liegt damit bei 44 Millionen Euro. Obwohl das Werbevolumen im Gesamtmarkt deutlich gestiegen ist, ist gleichzeitig die Anzahl Werbungtreibender um 35 Prozent zurückgegangen. Durch diese Verdichtung haben sich die durchschnittlichen Ausgaben pro Werbungtreibenden fast verdoppelt.

Clark Germany, Haufe/Lexware und Taxfix sind die drei Topwerber. Zusammen vereinen sie 44 Prozent der Gesamtausgaben im Markt auf sich. Die Werbekonzentration ist damit beträchtlich. Bei zwei dieser drei Marken steigen die Volumina im Vergleich zum Vorjahr sehr stark. Dieses Kommunikationsplus in Höhe von 27 Millionen Euro erhöht den Werbedruck im Werbemarkt für Business-Software enorm. Insgesamt werben zwölf Anbieter 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. Zugleich zeigen mit über 1.200 werbenden Marken eine beachtlich große Anzahl an Softwaremarken mediale Präsenz.

Im Mediensplit entfällt auf das Medium TV mit 48 Prozent der größte Anteil. Zeitschriftenwerbung summiert sich auf 28 Prozent. Es folgen Internetbanner und Zeitungen mit 16 beziehungsweise acht Prozent. Auffallend ist eine überaus heterogene Nutzung der Werbemedien in den einzelnen Produktmärkten. Während TV für Programme im Dienstleistungssektor oder Handel das Hauptmedium darstellt, sind bei Programmen für das Gesundheitswesen oder für Produktion/Einkauf Zeitschriften das Leitmedium. Vertriebssoftware wird im analysierten Zeitraum stark über Internetbanner kommuniziert. Bei der Verwaltungssoftware hingegen erfolgt eine Streuung über mehrere Mediengattungen, teilweise wird auch die regional gut steuerbare Radiowerbung eingesetzt.

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Business-Software 2020“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Business-Software in Deutschland. Sie gibt auf 100 Seiten Einblick in Trends und Benchmarks und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 400 Marken auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-business-software-2020>

Die Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Werbependingdaten der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, www.advision-digital.de

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net