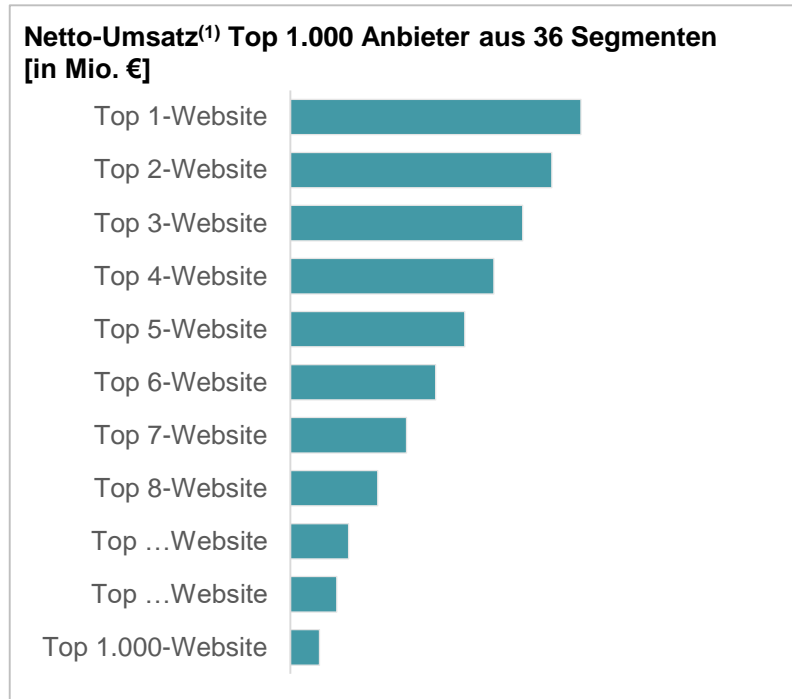




Die 1.000 größten digitalen Service- und Content-Anbieter im deutschen B2C-Markt 2017

Leseprobe

Studie bietet Umsatzranking⁽¹⁾ der 1.000 größten deutschen B2C-Websites für werbefinanzierte Angebote, bezahlte Inhalte und Services in 2017



Erste Studie, die den deutschen Internetmarkt „bottom-up“ auf Ebene der einzelnen Anbieter vermisst und werbefinanzierte Angebote, Bezahlinhalte und bezahlte Services abbildet

(1) Berechnung Netto Umsatz sofern vorhanden über den Umsatz (nach Abzug der MwSt), den die Website bspw. durch Werbeeinahmen (Netto) oder Transaktionen (Netto) 2017 generierte. Ansonsten Berechnung über Traffic Multiple.

Mehrwert der Studie

Überblick

- ✓ **Netto-Umsatzzahlen⁽¹⁾ und Traffic zu den 1.000 größten B2C-Websites 2017** sowie weitere Unternehmensinformationen in 36 Teilsegmenten der Marktsegmente
Digitaler Content + Digitale Services + Digitale Güter
- ✓ **Adress- und Kontaktdaten:** Studie eignet sich ideal für die **Akquise** neuer Partner
- ✓ **Detaillierung der Marktsegmente für werbefinanzierte Angebote, bezahlte digitale Inhalte und Services**
- ✓ **Wettbewerbsvergleiche in 36 Segmenten** möglich
- ✓ Umfangreicher **Überblick** über den **Internetmarkt** in Deutschland und die **wichtigsten Player inkl. Segmentanalysen**
- ✓ **Jahresvergleich der Netto-Umsatzzahlen** der 1.000 größten B2C-Websites **in 2013**

(1) Berechnung Netto Umsatz sofern vorhanden über den Umsatz (nach Abzug der MwSt), den die Website bspw. durch Werbeeinnahmen (Netto) oder Transaktionen (Netto) 2017 generierte. Ansonsten Berechnung über Traffic Multiple.

Top 1.000 Unternehmen können Statista Siegel auf Ihrer Webseite verwenden



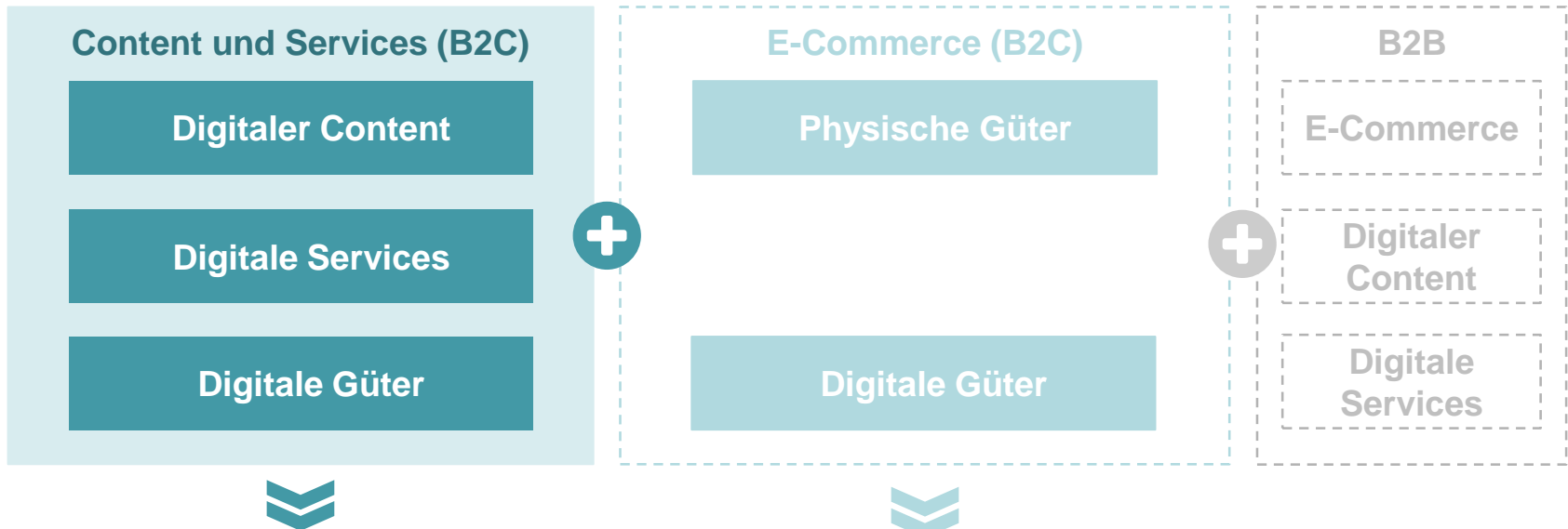
Es ist eine hohe Auszeichnung zu den größten deutschen Internetunternehmen zu gehören.

Um diese Leistung zu würdigen, haben wir ein Siegel entwickelt.

Mit dem Erwerb der Studie erhalten Sie das Siegel zu Ihrer weiteren Verwendung. Das Siegel kann gern auf der Internetseite Ihrer Unternehmen eingebunden werden. Typische Bereiche hierfür sind der Pressebereich oder die Unternehmensdarstellung.

Die Studie deckt wesentliche Teile der B2C-Wertschöpfung zu digitalen Services, Gütern und Content umfassend ab

NETTO-WERTSCHÖPFUNG IM INTERNET



– Diese Studie –

Die 1.000 größten digitalen Service- und Content Anbieter im deutschen B2C-Markt

E-Commerce Report

E-Commerce Datenbank

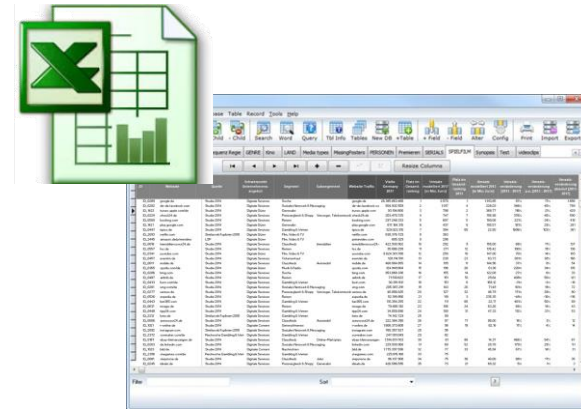
Die Studie besteht aus zwei Dokumenten: Präsentation und Excel-Dokument

PRÄSENTATION IM PDF-FORMAT



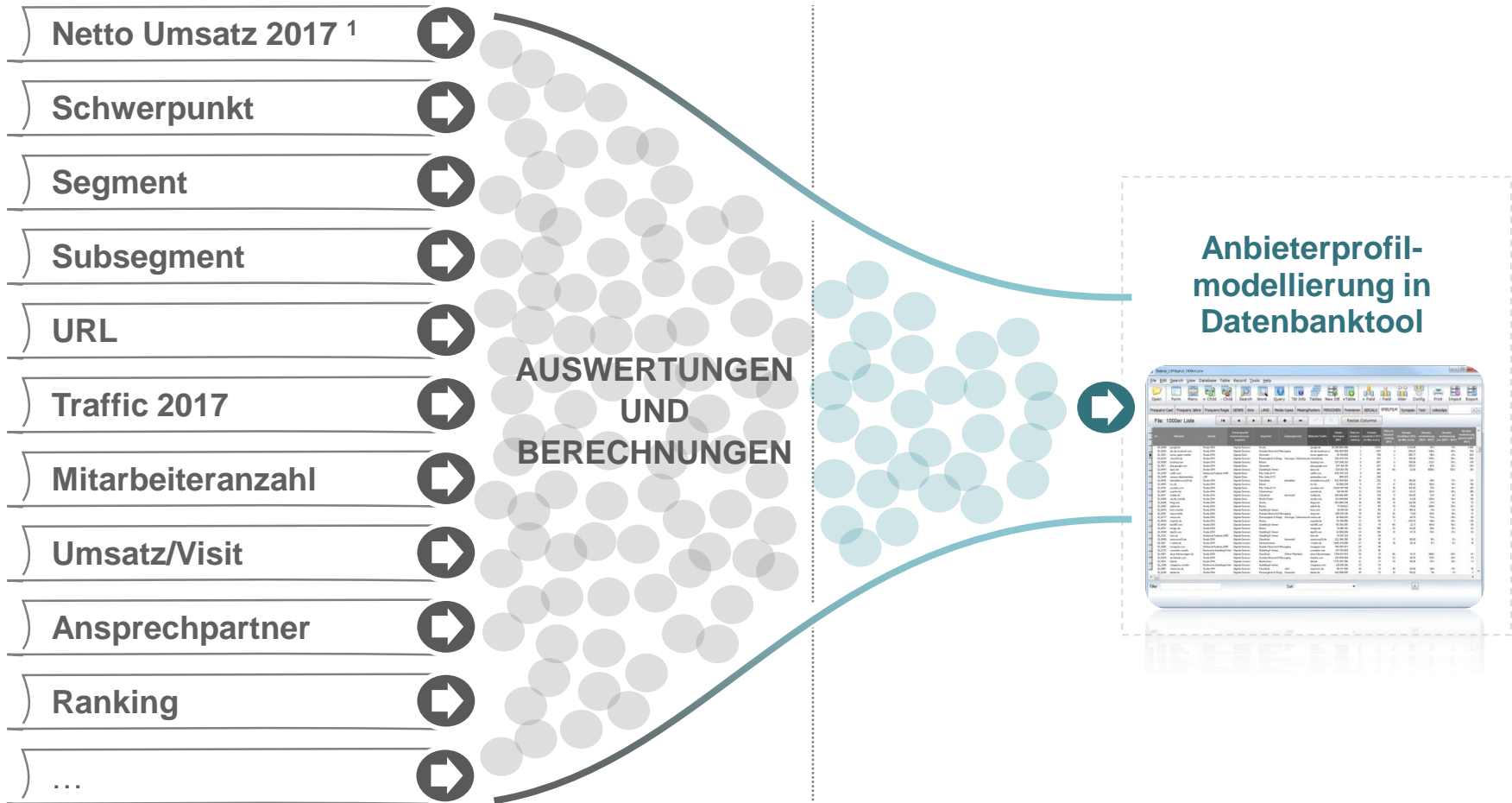
- ▶ **40 Seiten Zusammenfassung** mit Analysen und Diagrammen zu den wichtigsten Ergebnissen

Excel-Datenbank mit Daten für jede der Top 1.000 Websites



- ▶ Alle untersuchten **Merkmale der Top 1.000** Websites, sortiert nach Umsätzen
- ▶ Durch den Einsatz von Filtern sind komfortable Auswertungen möglich

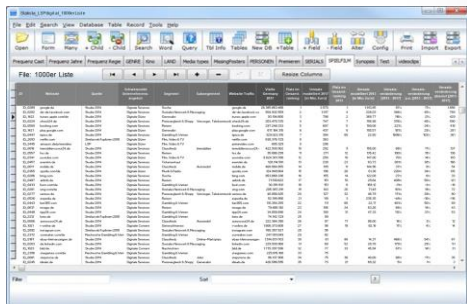
Die Datenbank mit Unternehmens- und Netto-Umsatzdaten der Top 1.000 ermöglicht individuelle Auswertungen



1. Berechnung Netto Umsatz sofern vorhanden über den Umsatz (nach Abzug der MwSt), den die Website bspw. durch Werbeeinnahmen (Netto) oder Transaktionen (Netto) 2017 generierte. Ansonsten Berechnung über Traffic Multiple.

Methodik der Studie: Ermittlung der 1.000 größten digitalen Service- und Content-B2C-Anbieter

MODELLIERUNG IN DATENBANK



The screenshot shows a Microsoft Access database window titled 'BRUNNEN_1000er_Liste'. The main area displays a table with multiple columns, including company names and numerical values. The table is sorted by a column, likely representing revenue or sales. The interface includes a menu bar with options like 'Datei', 'Bearbeiten', 'Formatieren', 'Datenbank', 'Tabelle', 'Kontext', 'Hilfe', and a toolbar with various icons for database operations.



- Die Studie untersucht den B2C-Online-Markt in Deutschland aus Angebotssicht anhand einer detaillierten Analyse der 1.000 umsatzstärksten Anbieter in Deutschland im Jahr 2017. Der Fokus der Studie liegt hier auf Content- und Service-Anbietern.
- Auf Basis verschiedener Verzeichnis- und Adress-Seiten, Branchenlisten und Traffic-Rankings wurde eine Longlist mit den rd. 1.500 relevantesten Anbietern erstellt und Segmenten zugeordnet. Die drei definierten Haupt-Segmente sind „Digitale Services“, „Digitale Güter“ und „Digitaler Content“. Auf der Folgeseite sind diese Segmente definiert.
- Für jedes Segment und auch für einzelne Websites wurden detaillierte Recherchen und Analysen zu Onlineumsätzen durchgeführt. Quellen hierfür waren u. a. Geschäftsberichte der Unternehmen (eBundesanzeiger), Pressemitteilungen, Fachpresse und Experteninterviews. Auf Basis dieser Informationen wurden die Netto-Umsätze für 2017 modelliert.
- Der ausgewiesene Umsatz bezieht sich auf den Umsatz (nach Abzug der MwSt), den die Website bspw. durch Werbeeinnahmen (Netto) oder Transaktionen (Netto) generierte. Bezug wird hierbei beispielsweise auf Netto-Werbeeinnahmen oder auch den Netto-Provisionsumsatz genommen.
- Für fehlende Umsatzzahlen wurden auf Basis der vorliegenden Traffic-Daten wesentliche Key Performance Indikatoren je Segment identifiziert, mit deren Hilfe der Online-Umsatz für die Websites approximiert wurde.
- „Klassische“ e-Commerce Anbieter, Versorger, Telekommunikationsdienstleister, Finance-Anbieter, Krankenkassen sowie Versicherer und Crowdfunding-Anbieter wurden nicht betrachtet.
- Der Fokus der Studie liegt auf Websites. Geschäftsmodelle bei denen mobile Applikationen eine relevante Ergänzung zu Websites bilden, sind in der Studie inkludiert. Geschäftsmodelle wiederum, die nahezu ausschließlich auf mobilen Applikationen basieren, sind in der Studie exkludiert.

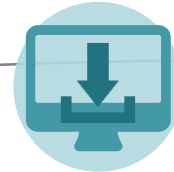
Genauere Betrachtung der Inhalte der Studie: Was verbirgt sich hinter Content, Gütern und Services im B2C-Umfeld

DIGITALER CONTENT



Unter dem Segment Digitaler Content werden Unternehmen zusammengefasst, die überwiegend eigenen Content produzieren und diesen auf ihrer Website anbieten. Damit ist redaktionelle Leistung bei der Erstellung des Inhalts Voraussetzung für die Zuordnung zu diesem Segment. Dies beinhaltet beispielsweise Bilder, Videos, Filme, Artikel oder Audio-Files. Die Inhalte können in diesem Fall Bezug zu folgenden Subsegmenten haben: Beauty, Fashion & Lifestyle; Computer & Unterhaltungselektronik; Essen & Trinken; Familie & Freizeit; Film, Video & TV; Gaming; General Interest; Gesundheit & Fitness; Nachrichten; Nachschlage-werke & Ratgeber; Promi-News & Reportagen; Reisen, Wetter & Navigation; Sonstige Content-Segmente; Special Interest News oder Sport.

DIGITALE GÜTER



Als Digitale Güter werden Anbieter definiert, die digitale Produkte über Ihre Website verkaufen oder eine Plattform für den Verkauf darstellen. Die Güter müssen nicht aus eigener Herstellung stammen. E-Commerce Shops, die primär physische Güter vertreiben werden vom Segment Digitale Güter exkludiert. Das Segment umfasst die inhaltlichen Bereiche eBooks, ePaper & Hörbücher; Film, Video & TV; Musik & Radio und Gaming und Softwares. Zudem inkludiert das Segment iTunes und Google Play, welche als General Stores in der Studie bezeichnet werden.

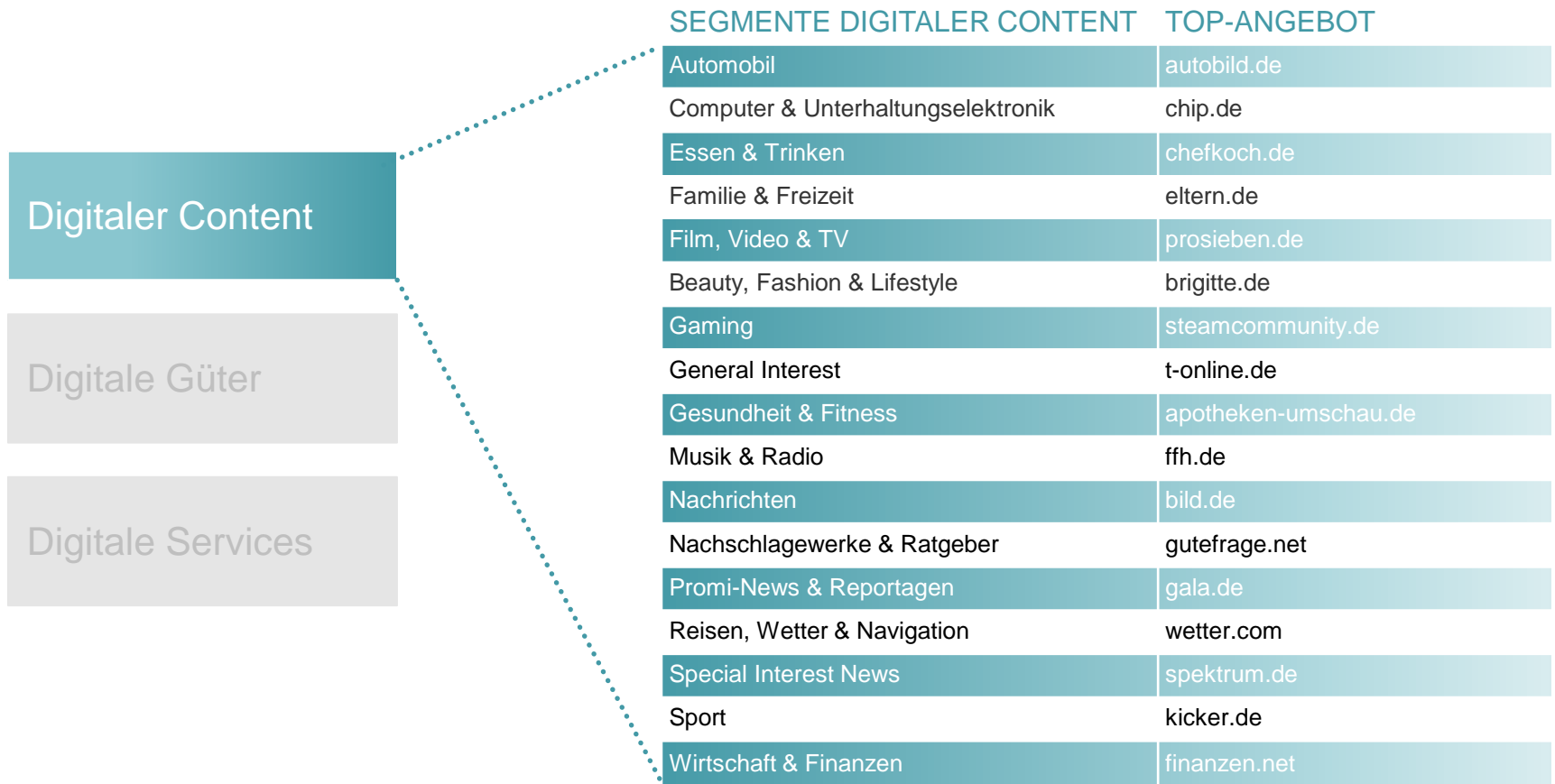
DIGITALE SERVICES



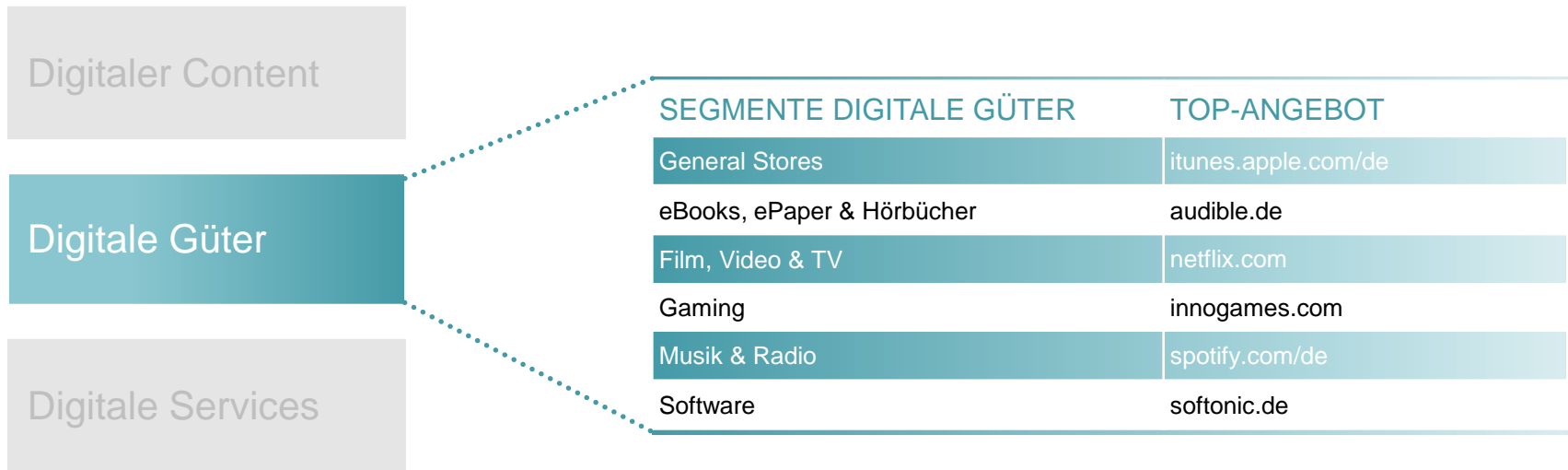
Im Segment Digitale Services werden Unternehmen gelistet, die primär digitale oder sekundär analoge Dienstleistungen auf ihrer Website verkaufen oder vermitteln. Dabei kann die Dienstleistung in der Website selbst bestehen (z.B. Preisvergleiche, Tools & Hosting oder in der Bereitstellung einer sozialen Kommunikations-Plattform) oder in ihrer Vermittlung bzw. Veräußerung. Die inhaltlichen Bereiche werden unterteilt in Classifieds; Dienstleistungen; eBooks, ePaper & Hörbücher; E-Learning; Gambling & Wetten; Local Services; Online Coaching, Fitness & Gesundheit; Preisvergleich & Shopping; Ranking & Bewertung; Reisen; Suche; Soziale Netzwerk & Messaging; Suche; Ticketverkauf und Tools & Hostings.

Die Anbieter werden nach Art (Segment) und inhaltlichem Bereich (Subsegment) ihrer Wertschöpfung den einzelnen Segmenten zugeordnet

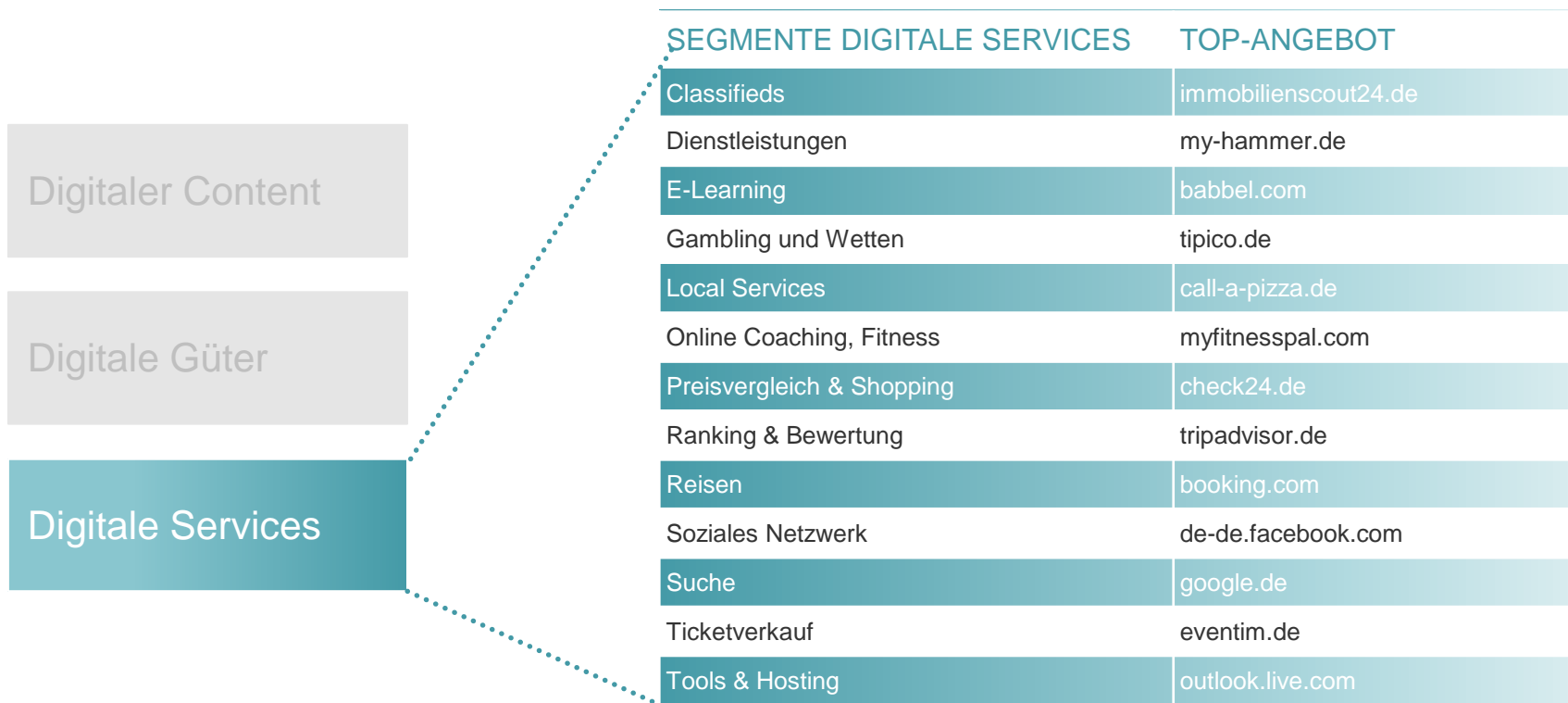
17 Segmente erklären den Digitalen Content-Markt in Deutschland



Unter Digitalen Gütern wurden sechs Segmente subsumiert



14 Segmente erklären den Digitalen Service-Markt in Deutschland

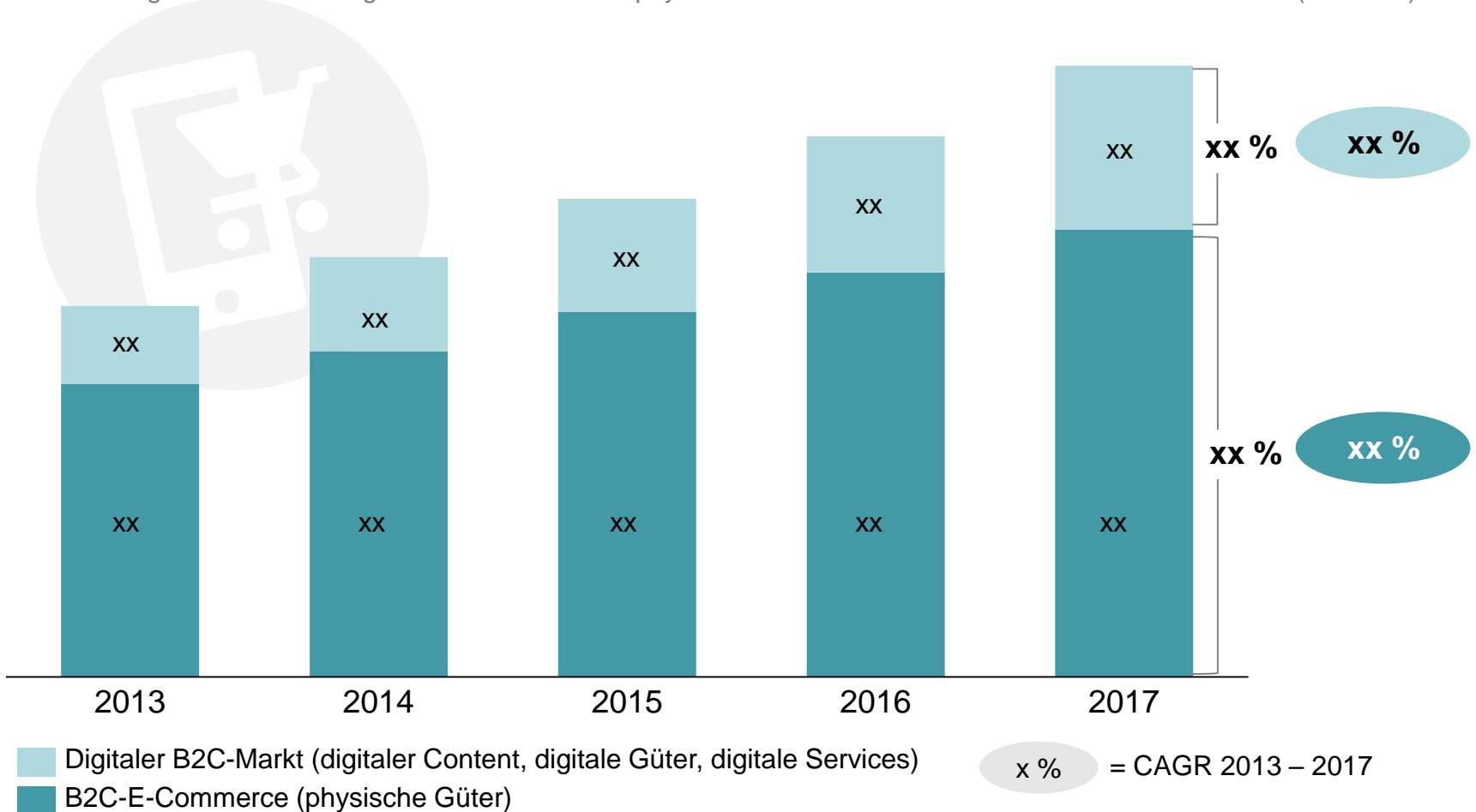


Agenda

1. Methodik
- 2. Gesamtmarkt**
3. Segmente
 1. Digitaler Content
 2. Digitale Güter
 3. Digitale Services

Der Digitale B2C-Markt ist seit 2013 um xx % p. a. gewachsen und entspricht 2017 einem Drittel des E-Commerce Marktes

Entwicklung Netto-Umsatz Digitaler B2C-Markt¹ und physische Güter im E-Commerce-Markt² in Deutschland (in Mrd. €)

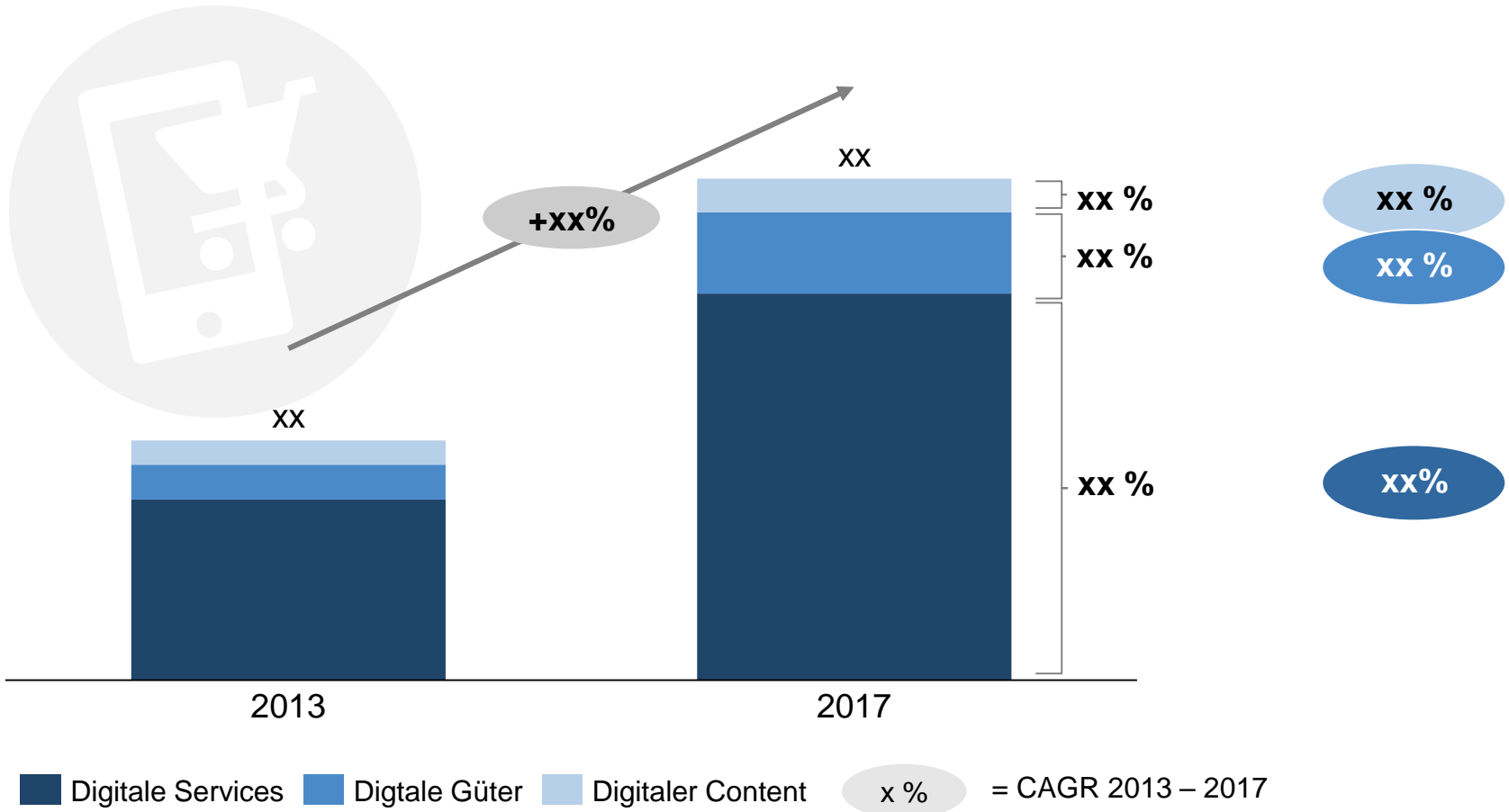


1. Digitaler Content, Digitale Güter, Digitale Services; Umsätze für 2014 bis 2016 approximiert (lineares Wachstum der Websites angenommen)
 2. B2C- E-Commerce Umsatz mit Waren
 Quelle: „E-Commerce in Deutschland“, 2017 (Statista GmbH)

Digitale Services mit xx % stärkstes Segment, Digitaler Content mit nur xx % Marktanteil und geringstem Wachstum

Digitale Güter zeigen stärkste Wachstumsrate

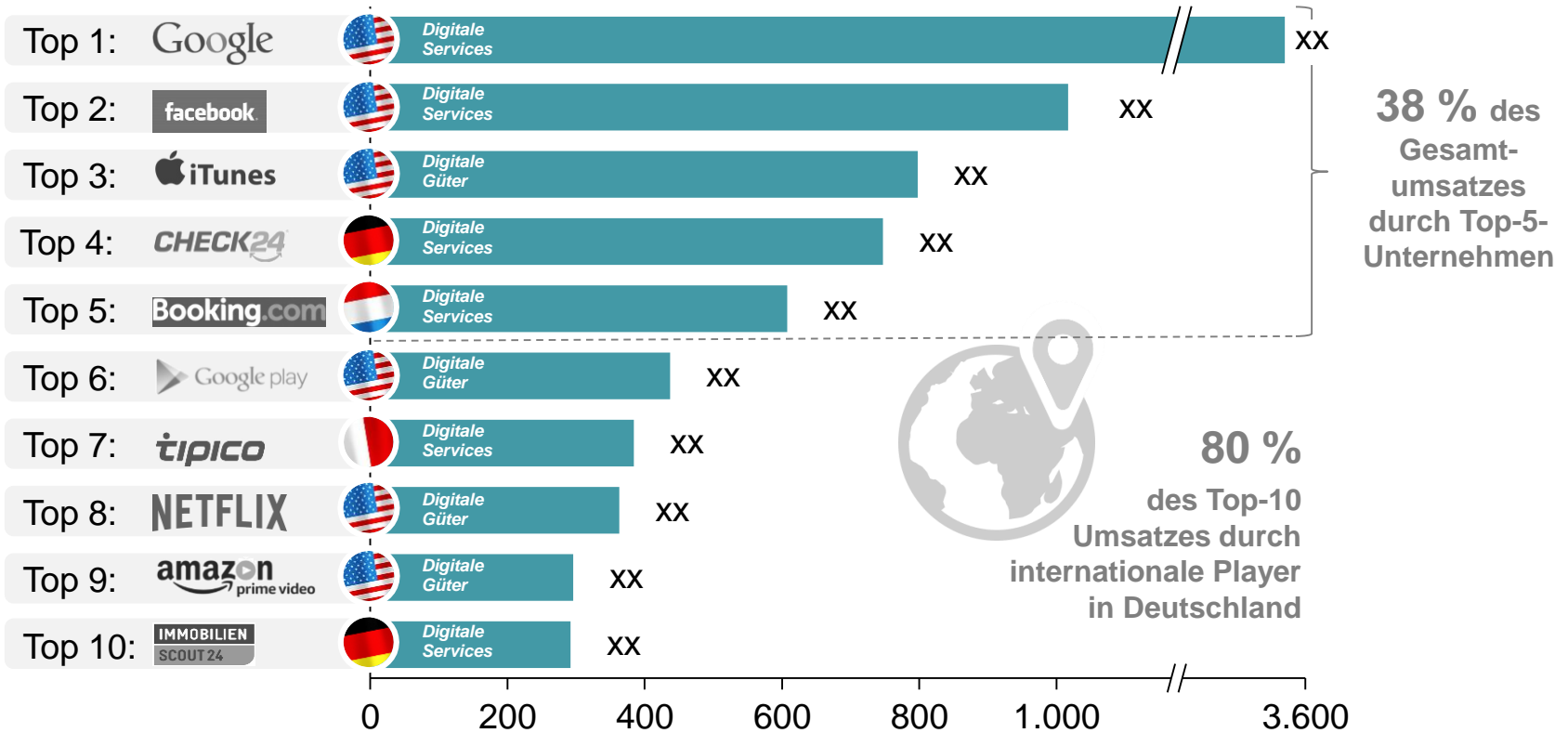
Entwicklung Netto-Umsatz Digitaler B2C-Markt¹ nach Segmenten in Deutschland (in Mrd. €)



1. Digitaler Content, Digitale Güter, Digitale Services

Google.de mit einem Umsatz von € xx Mrd. mit deutlichem Abstand auf dem ersten Platz, Facebook mit € xx Mrd. auf Platz 2

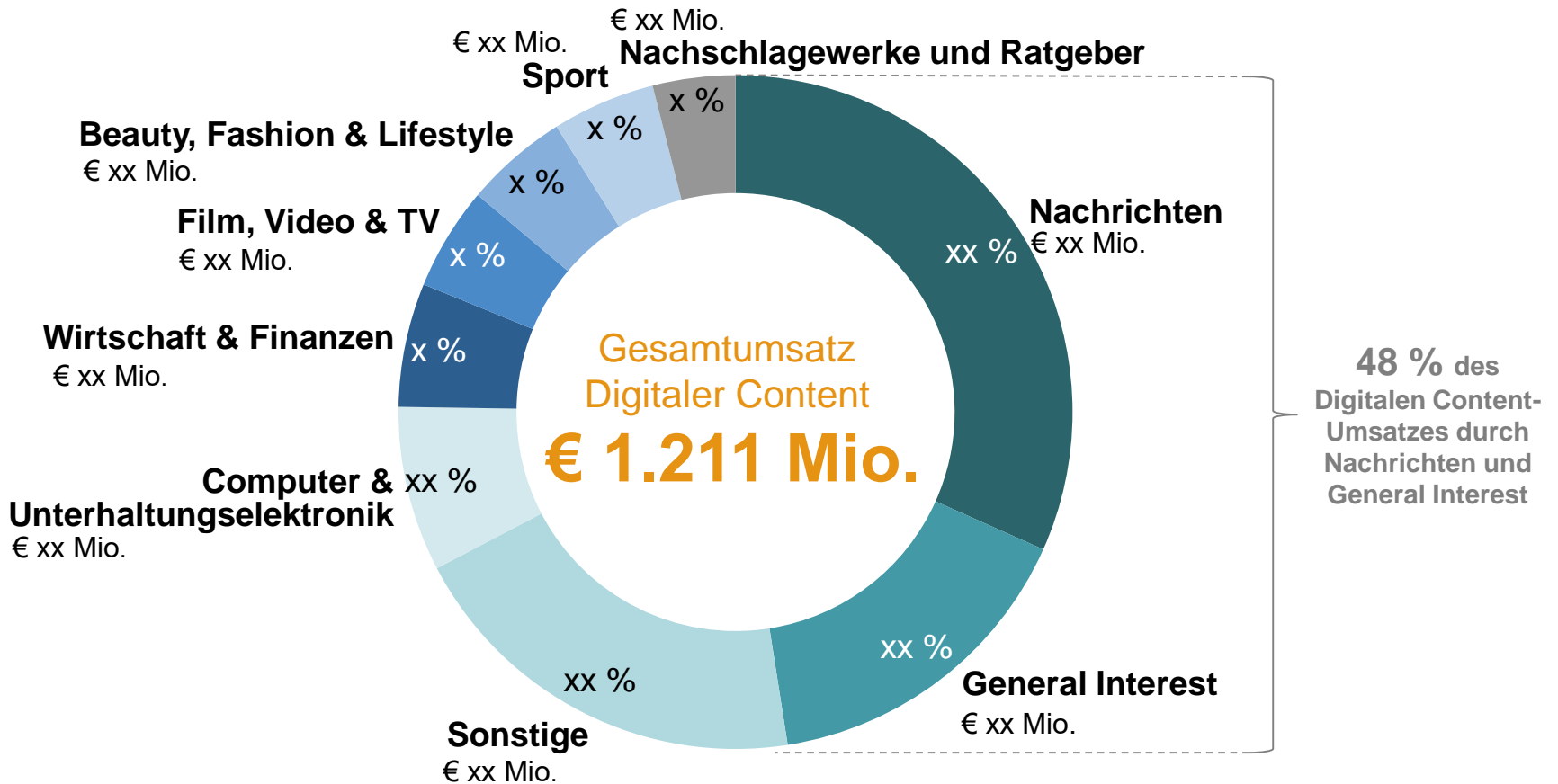
Top 1 – 10 Player: Die umsatzstärksten Websites in 2017 (Netto-Umsatz in Mio. €)



Keine Überraschung – Deutscher Markt wird maßgeblich von US Unternehmen geprägt

Nachrichten- und General Interest-Portale mit knapp 50 % umsatzstärkste Content-Segmente

Netto-Umsatz nach Segmenten in 2017 (in € und in %)



Fluch der „for free content Mentalität“ im News Umfeld scheint überwunden (?)

Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an:

FRAGEN



Zum Kauf der Studie
und zur Siegelnutzung:

Inhaltliche Fragen zur Studie und
zu LSP-Sonderanalysen:



BENJAMIN HEIDKE

Statista GmbH
Head of Licensing Europe

Johannes-Brahms-Platz 1
D-20355 Hamburg
Tel: +49-40 688931293
E-Mail: benjamin.heidke@statista.com
Internet: www.statista.de



HUBERT JAKOB

LSP Digital GmbH & Co. KG
Co-Gründer und Geschäftsführer

Johannes-Brahms-Platz 1
D-20355 Hamburg
Tel: +49-40 284841750
E-Mail: hubert.jakob@lsp.de
Internet: www.lsp.de



PHILIPP THIELE

LSP Digital GmbH & Co. KG
Projektleiter

Johannes-Brahms-Platz 1
D-20355 Hamburg
Mobil: +49-1705800915
E-Mail: philipp.thiele@lsp.de
Internet: www.lsp.de

Mögliche LSP-Sonderanalysen zur Studie

Wir bieten Ihnen über den Erwerb der Studie hinaus folgende Sonderanalysen an



Detaillierte **Segmentanalysen**



M&A Beratung

» Unterstützung in allen Schritten des **Strategie- und Kaufprozesses**

» Kontinuierliche **M&A-, Daten- und Finanz Analysen**

» Erstellung von **Long- und Shortlist**

» **Due Diligence**



Benchmarking ausgewählter Player auf Basis **ausgewählter Key Performance Indikatoren**



Detailanalysen zu **Geschäftsmodellen** und **Monetarisierung**

Kommen Sie sehr gern auf uns zu!

Statista – Viel mehr als ein Statistikportal

Das Leistungsportfolio von Statista Research & Analysis



Marktforschung

- › Verschiedene quantitative und qualitative Methoden
- › Online-Umfragen, Fokusgruppen und Experteninterviews
- › Konzept → Umfrage-Design → Feldarbeit → Analyse → Präsentation



Marktanalysen & Prognosen

- › Industrieübergreifende Markt- und Wettbewerbsanalysen
- › Datenmodellierung und Prognosen
- › Identifikation von Zielkunden, Märkten und M&A Targeting



Studien & Rankings

- › Benchmarking-Studien
- › Vertriebs- und Branchenstudien
- › Top-Listen und Rankings (z. B. beste Arbeitgeber, beste Berater etc.)



Statista as a Service (StaaS)

- › Unternehmensspezifische Statista-Portale
- › Knowledge-Management von unternehmenseigenen Studien und Zahlenmaterial
- › Full-Service-Auswertung, Upload und Visualisierung Ihrer Daten



Corporate Publishing & Infografiken

- › Individualisierte Firmenspublikationen auf Basis von Daten und Fakten
- › Interaktive Online-Dashboards und Grafiken
- › Infografiken und Videos in verschiedenen Formaten

Impressum

LSPdigital

LSP Digital GmbH & Co. KG
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg

TEL +49 40 284841750
E-MAIL contact@lsp.de

Registergericht: Hamburg
Registernummer: HRA 115695
Umsatzsteuer-ID: 74/355/03890
Geschäftsführer: Dr. Thilo Löwe, Dr. Friedrich Schwandt, Hubert Jakob

statista

Statista GmbH
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg

TEL +49 40 2848410
E-MAIL kundenservice@statista.com

Registergericht: Köln
Registernummer: HRB 87129
Umsatzsteuer-ID: DE258551386
Geschäftsführer: Dr. Friedrich Schwandt, Tim Kröger

Autoren:

Hubert Jakob (LSP), Philipp Thiele (LSP), Birte Janßen (Statista), Wenke Krützfeldt (Statista)

Verwendete Quellen:

AGOF - Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V., Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (bundesanzeiger.de), DS Media GmbH (deutsche-startups.de), Geschäftsberichte der Unternehmen, IVW - Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., Pressemitteilungen der Unternehmen, SimilarWeb, Vertical Media GmbH (gruenderszene.de), Websites aller Anbieter, wer-zu-wem GmbH (wer-zu-wem.de)

Haftungsausschluss:

Statista übernimmt keine rechtliche Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts. Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (Druck, Kopie oder in einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.