



dentsu B2B

Der Superpowers Index

**Unsere letzten 4 Jahre mit dem B2B Käufer
Zusammenfassung für Deutschland 2024**

INNOVATING TO IMPACT

dentsu



Superpowers

INDEX

Die weltweit umfangreichste Studie zum B2B-Kaufverhalten

Jährlich aktualisiert seit 2021

Über **14.000 Interviews** mit B2B-Käufern

Tiefgehende Analysen von mehr als **25.000 B2B-Einkaufserfahrungen**



Mit “Superpowers” wollen wir verstehen...



**... WAS DIE WAHREN
TREIBER VON B2B-
KAUFENTSCHEIDUNGEN
SIND.**

**Und was den Unterschied
zwischen Gewinnen und
Verlieren ausmacht.**



**... WIE MAN DIE B2B
KÄUFER JOURNEY
VERBESSERN KANN.**

**Wer in den verschiedenen Stufen
involviert ist und was Marken tun
können, um Käuferbedürfnissen
besser zu entsprechen.**



**... WIE SICH DIE
KAUFERFAHRUNG AUF
DEN WIRTSCHAFTLICHEN
ERFOLG AUSWIRKT.**

**Wie optimierte
Kundenerlebnisse die
Performance von
Unternehmen verbessern.**

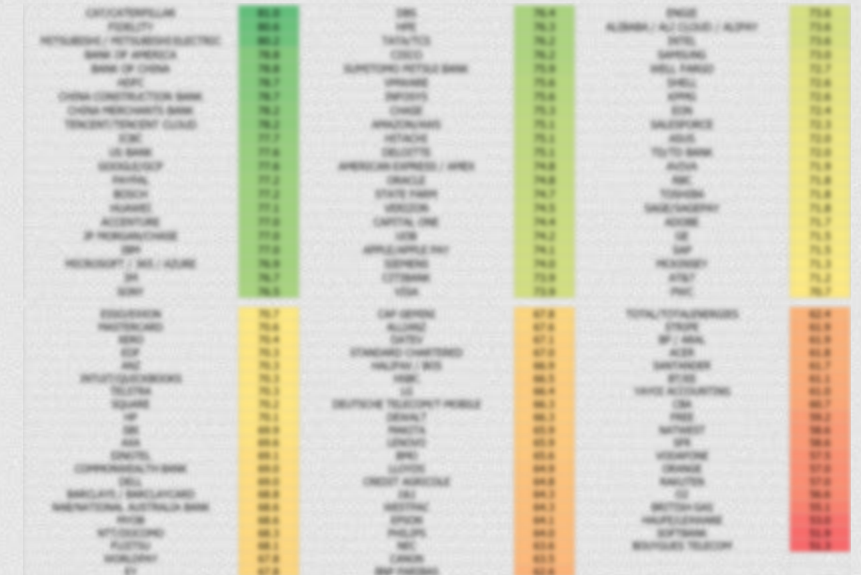
Der Superpowers Index Score

Ein Index, der das gesamte Markenerlebnis abbildet.

Die Skala des Index beträgt 0 bis 100 und die Leistungen einer Marke werden in Bezug auf die wichtigsten Entscheidungsfaktoren bei einem Kauf im Jahr 2024 gemessen.

Der Index gewährleistet die Vergleichbarkeit zwischen den Marken unabhängig von Land, Branche und Unternehmensmerkmalen.

Grade	SP Index Score
Exceptional	>90
Very Strong	85-90
Strong	80-85
Average	70-80
Poor	60-70
Very Poor	<60



Benchmarks für über 124 B2B Brands



eine Verbesserung des
Superpowers Index um
10 Punkte



Führt zu einer durchschnittlichen
Steigerung von
14%
der Auftragssumme bei
jeder Verkaufsgelegenheit

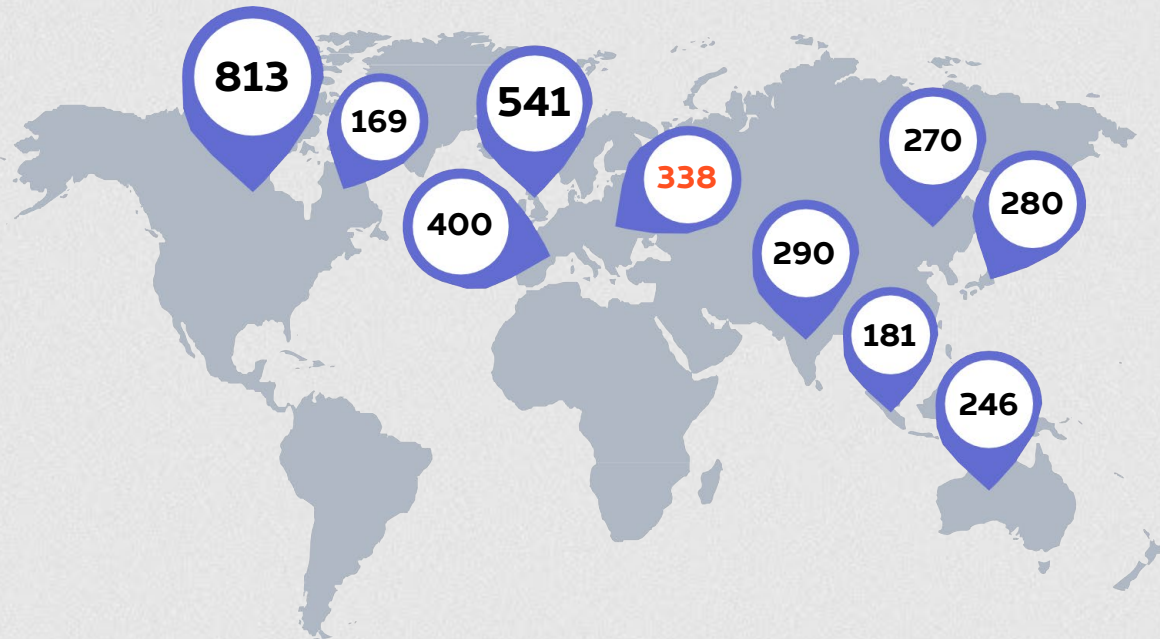
Für die Ermittlung des Zusammenhangs wurden für das Modell andere Einflussfaktoren wie die Höhe des Auftragswertes, die Unternehmensgröße, Industrie, Land, Umstände des Kaufs (geplanter oder dringender Kauf) etc. berücksichtigt und dafür kontrolliert.

Der Superpowers Index Score: **Deutschland**

338

INTERVIEWS MIT DEUTSCHEN
ENTSCHEIDERN

~ 2.010 seit 2021



571

ERFAHRUNGEN MIT MARKEN IN DEUTSCHLAND
IN VERSCHIEDENEN SEKTOREN

2.926 seit 2021



Fach-dienstleistungen

118



Produktion

115



Finanz-dienstleistungen

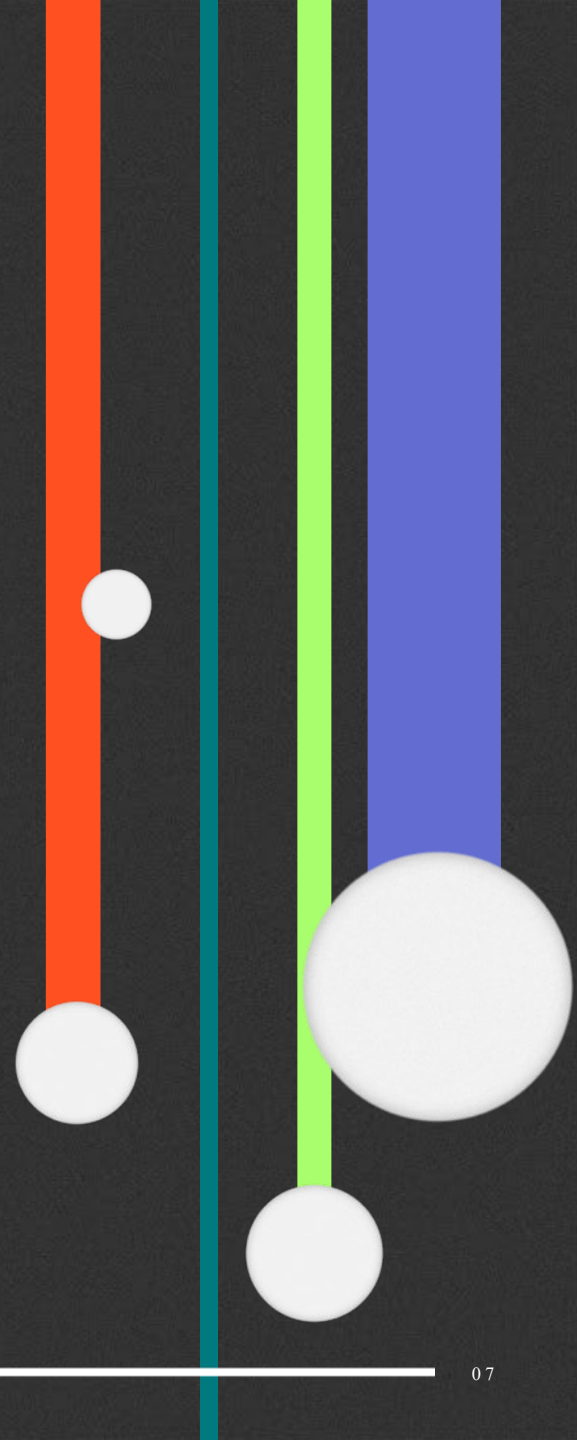
114



Technologie

224

Die Wichtigsten Erkenntnisse Des Superpowers Index 2024



Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

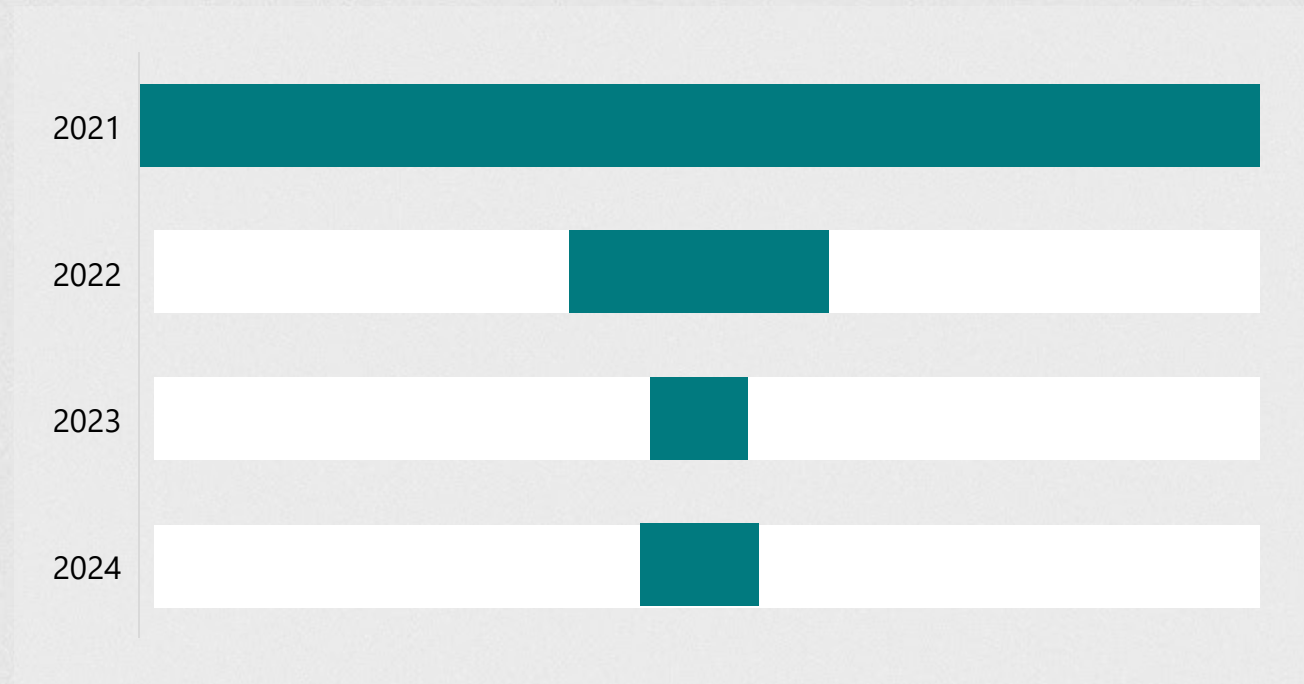
Seit 2021 ist der Abstand zwischen der führenden und zweitplatzierten Marke bei Kaufentscheidungen um 89% geschrumpft

#1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden

#2 Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer

#3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich

#4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich



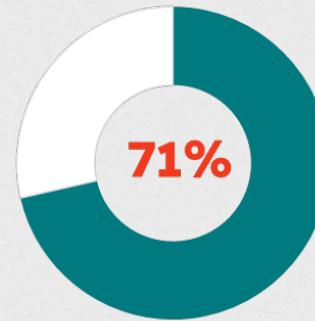
Durchschnittlicher Punkteabstand zwischen erst- und zweitplatzierten Marke über alle 30 im Superpowers Index erfassten Entscheidungsfaktoren bei einer Kaufentscheidung

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

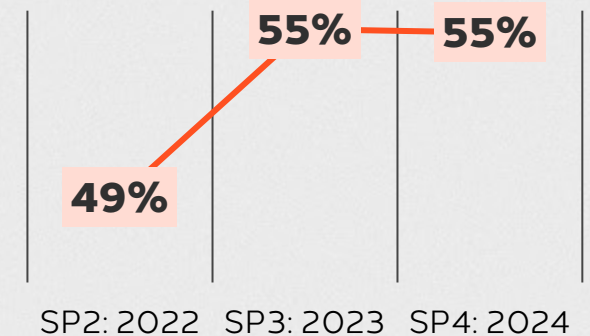
- #1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden
- #2 **Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer**
- #3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich
- #4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich

Die Wahrnehmungen von Käufern und B2B Vermarktern unterscheiden sich deutlich



Prozent der Vermarkter* schätzen sich selbst stark ein bei der „Kommunikation einer einzigartigen Markenposition / USP“

vs.



Anteil der deutschen Käufer, die der Aussage zustimmen "Viele der Marken, die ich bei der Arbeit sehe, haben sehr ähnliche Botschaften - sie klingen und agieren alle gleich."

Deutsche Marken schneiden jedoch besser ab als der internationale Vergleich: Nur 55 % der Käufer halten ihr Marketing für undifferenziert, während es weltweit 68% sind.

** über alle Marketingkäufer in allen Märkten hinweg*

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

#1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden

#2 Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer

#3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich

#4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich

Während die Top Treiber 2024 stabil bleiben, erhöht sich die Relevanz von Innovation, Though Leadership und Effizienzsteigerung erheblich für den B2B Kauf

	Rang	
	2023	2024
Top Treiber bleiben stabil:		
Einhaltung von Vorschriften, Gesetzen, Industriestandards und ethischen Praktiken	2	1
Erfüllung der Mindestanforderungen an Qualität und Funktionalität meines Unternehmens	5	2
Ich fühle mich sicher, einen Vertrag mit ihnen zu unterzeichnen	3	3
Sie unterstützen uns durch Expertise	4	4
Neuste Entwicklungen:		
Sie verbessern unsere Produktivität, ersparen uns Zeit/Ressourcen	18	5
Führend bei innovativen Produkten und Dienstleistungen	24	8
Aktive Vordenker in ihrer Kategorie / ihrem Sektor	27	11

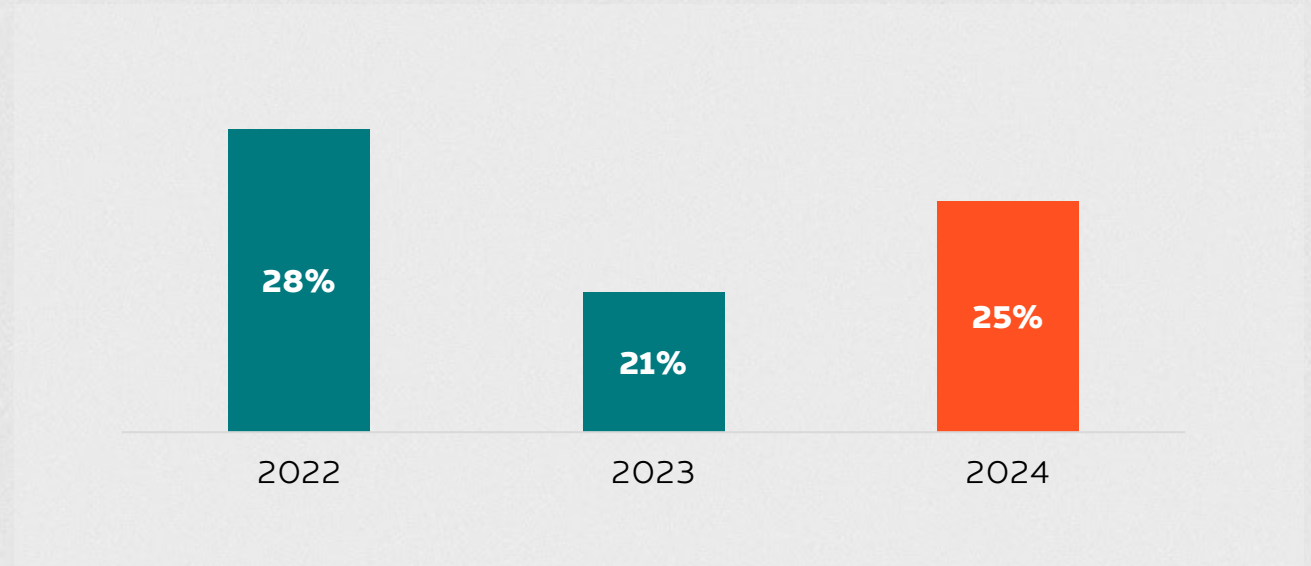
Ranking der Top-Entscheidungsträger nach ihrem Gesamteinfluss darauf, ob deutsche Marken im Jahr 2024 dazugewonnen oder verloren haben

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

- #1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden
- #2 **Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer**
- #3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich
- #4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich

Trotz hoher Wichtigkeit von Thought Leadership, gibt es kaum Marken, die als solche wahrgenommen



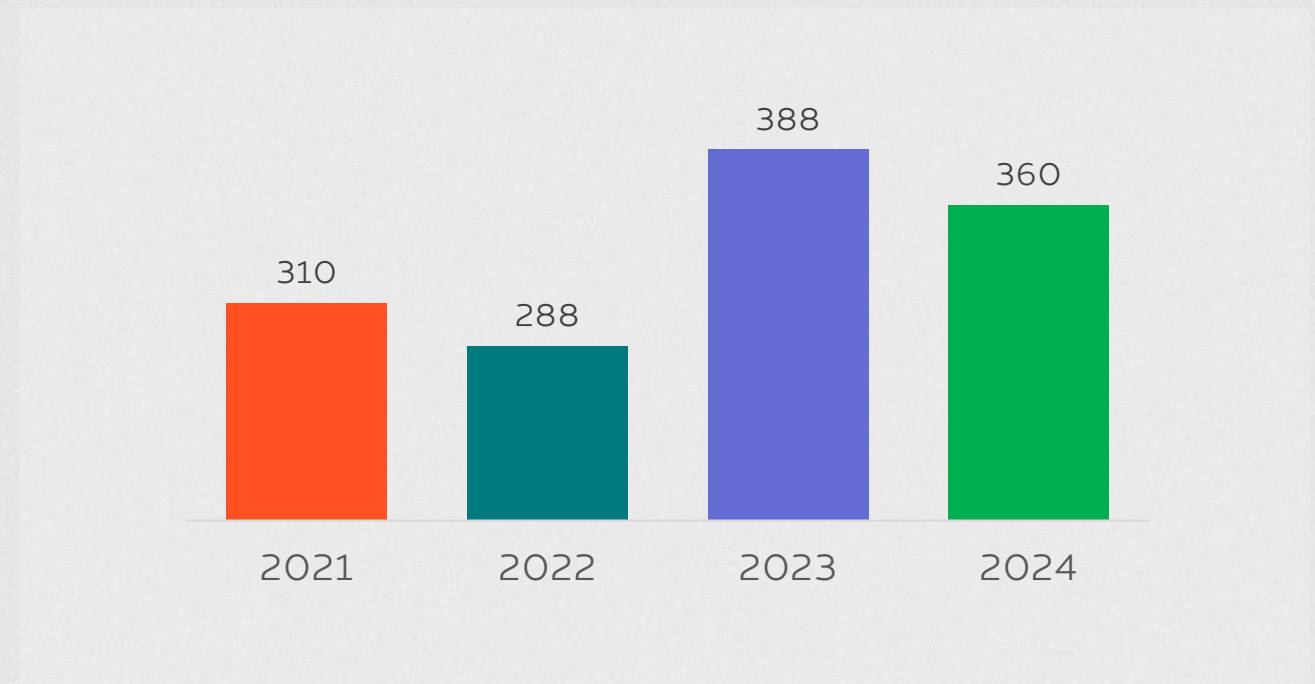
Anteil der deutschen B2B-Einkäufer, die den Marken gute Noten dafür geben, dass sie „aktive Vordenker in meiner Kategorie sind“.

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

- #1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden
- #2 Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer
- #3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich**
- #4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich

Die durchschnittliche Entscheidungszeit hat sich seit 2021 **um 50 Tage verlängert**



Gesamte durchschnittliche Entscheidungszeit (in Tagen) von der ersten Recherche bis zur endgültigen Entscheidung

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

- #1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden
- #2 Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer
- #3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich**
- #4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich

Ein gutes Kundenerlebnis ist der größte Einflussfaktor, beim Verkürzen der Entscheidungszeit bei einem B2B Kauf

Faktoren, die die Verkürzung des Zyklus begünstigen	Entscheidungszeit, die gespart werden könnte in Wochen
Stärkung der wichtigen ersten Interaktion mit der Marke	16
Ermöglichen von Weiterempfehlung und Befürwortung durch andere Unternehmen	11
Ein starkes digitales Einkaufserlebnis	9
Ein hybrider Ansatz, in dem auch persönliche 1:1 Interaktionen beinhaltet sind	4

Verkürzung der Entscheidungszeiträume im Zusammenhang mit B2B-Käufererfahrungen mit den oben genannten Merkmalen

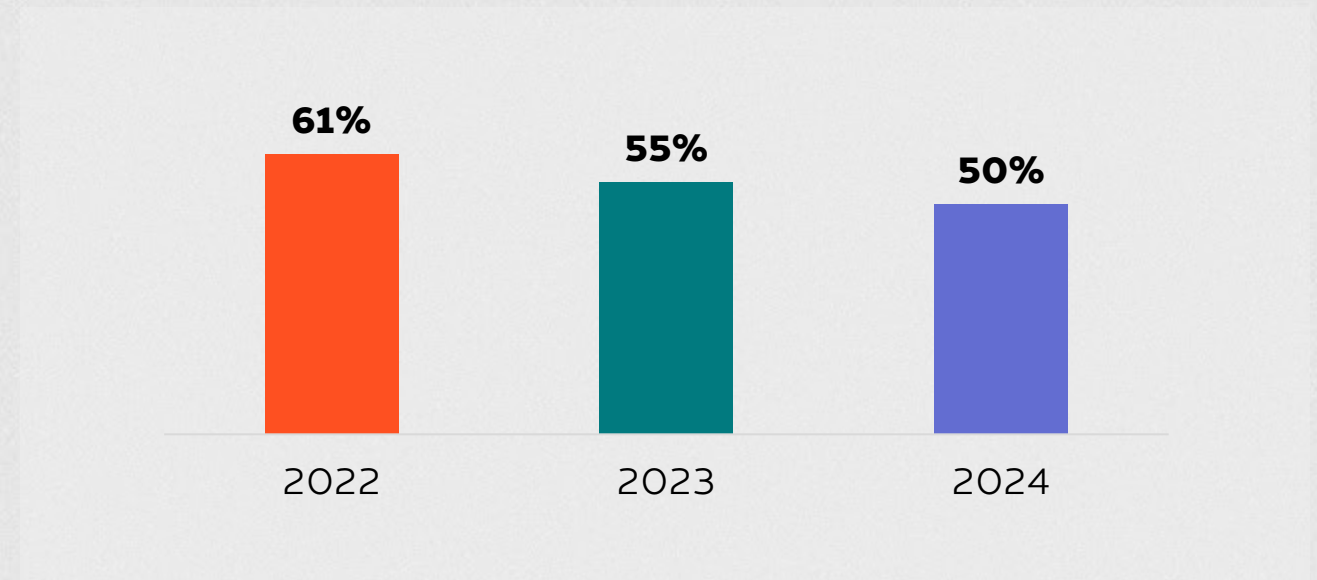
**Über alle Märkte hinweg*

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

- #1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden
- #2 Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer
- #3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich
- #4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich**

Marken in Deutschland bieten den Käufern besser personalisierte Erlebnisse als Marken in anderen Märkten an - und verbessern sich stetig



% der deutschen B2B-Einkäufer und -Influencer stimmen der Aussage zu: ‚Ich würde mir wünschen, dass Zulieferer **mehr Zeit darauf verwenden, mich zu verstehen** und herauszufinden, wie sie meine alltäglichen Probleme bei der Arbeit lösen können.‘

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

- #1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden
- #2 Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer
- #3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich
- #4 **Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich**

Während international persönliche Entscheidungs- faktoren wichtiger werden, bleibt es konstant in Deutschland ein Drittel der Gesamtentscheidung

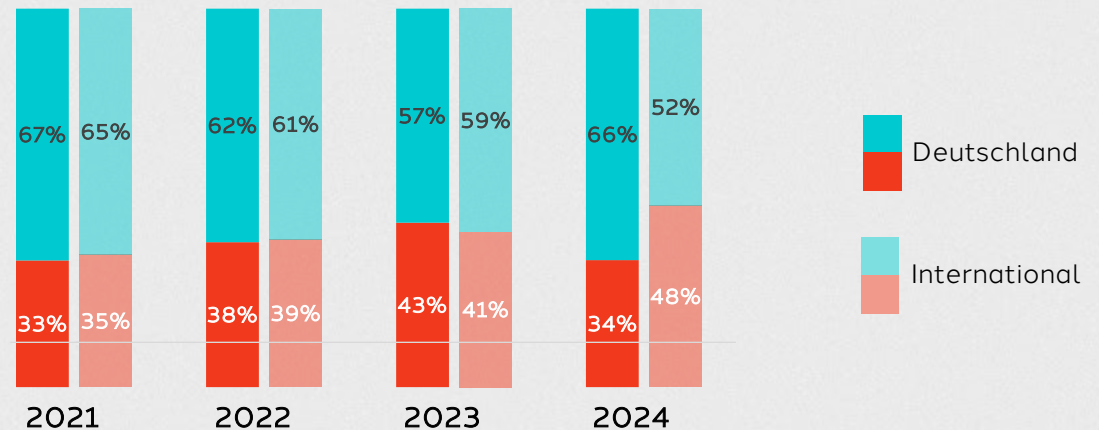
In Deutschland gibt es einen auffälligen Fokus auf die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen im Jahr 2024, der im internationalen Vergleich deutlich erhöht ist.

PROFESSIONELLE ENTSCHEIDUNGSFAKTOREN

z. B. wettbewerbsfähige Preise, Produkte und Dienstleistungen, die einfach funktionieren, Vielfalt des Profolios und Auswahl

PERSÖNLICHE ENTSCHEIDUNGSFAKTOREN

z.B. Ich fühle mich sicher, wenn ich einen Vertrag unterschreibe, es stimmt mit meinen persönlichen Werten / meiner Ethik überein, ich lerne neue Fähigkeiten / Kenntnisse



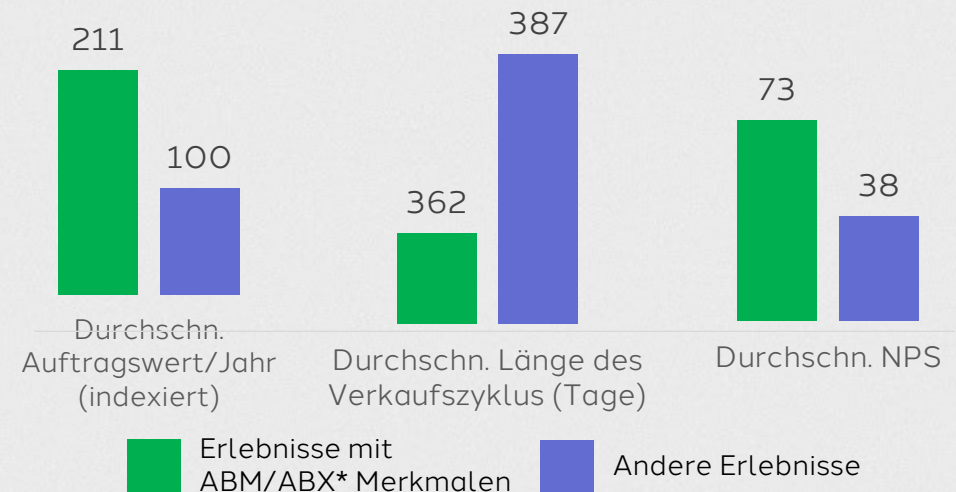
Gesamteinfluss der Entscheidungsfaktoren auf B2B-Kaufentscheidungen

Deutschland

Die wichtigsten Erkenntnisse des Superpowers Index 2024

- #1 Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden
- #2 Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken kaum differenziert für Käufer
- #3 Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich
- #4 Ein flexibles und individuelles Käuferlebnis verbessert Schlüsselindikatoren deutlich**

Personalisierte ABM/ABX*-Ansätze ergeben eine Reihe positiver Effekte, **jedoch haben lediglich 5% der Käufe ABM/ABX Merkmale**



Drei wichtige Schlüsselindikatoren eines Kaufprozesses.

- *ABM/ABX = Account based Marketing/Experience*

Der deutsche B2B-Markt – Eine Übersicht

#1

Kaufentscheidungen werden immer enger zwischen den Marken entschieden

- Da die Unterschiede zwischen den Marken geringer werden, können B2B-Marken den entscheidenden Vorteil in der Kundenerfahrung finden.

#2

Entgegen der eigenen Wahrnehmung, sind die Marken für Käufer kaum differenziert

- Das Marketing ist zu eintönig geworden und viele Käufer haben das Gefühl, dass alle Wettbewerber gleich sind.
- In Deutschland sind die Marken etwas besser als der internationale Durchschnitt, wenn es darum geht, ihre Kunden zu verstehen und differenziertes Marketingmaterial zu produzieren.
- Compliance-Anforderungen sind im letzten Jahr zu einem entscheidenderen Faktor geworden.
- Thought Leadership und eine führende Rolle bei der technischen Innovation sind ebenfalls in den Vordergrund gerückt



Der deutsche B2B-Markt – Eine Übersicht

#3

Ein gutes Kundenerlebnis verkürzt den Verkaufsprozess erheblich

- Hybride digital-physische Journeys, die von der ersten Minute an Wirkung zeigen, sind entscheidend, um den Umsatz zu steigern.
- Das neue B2B-Playbook basiert auf dem Fundament einer integrierten Käufererfahrung.

#4

Flexibilität und Individualität für Käufer, verbessert Schlüsselindikatoren deutlich

- Erfolgreiche Marken nutzen ausgereifte Technologien und Daten, um das Potenzial der Personalisierung des Käufererlebnisses zu skalieren und die einzelnen Erfahrungen möglichst auf die individuellen Bedürfnisse anzupassen
- Auch in Deutschland sind B2B-Einkaufsentscheidungen nicht nur von professionellen, sondern auch von persönlichen Faktoren der Einkäufer entscheidend abhängig

Wie Sie Superpowers nutzen können!

**FRAGEN SIE AN, OB
IHRE MARKE BEREITS
ENTHALTEN IST**

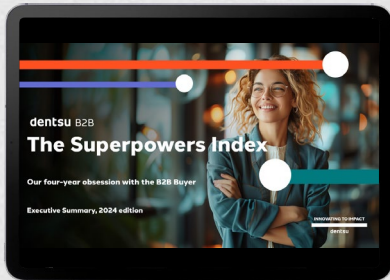
**Ist dies der Fall, so können wir
ihre Performance mit dem
Markt vergleichen**

**BOOSTEN SIE IHREN
SEKTOR UND LASSEN
SIE IHRE MARKE
MITAUFNEHMEN**

**Lassen Sie die Stichprobengröße
in ihrem Sektor erhöhen und ihre
Marke in unsere Liste aufnehmen.**

... oder fragen Sie eine auf Sie zugeschnittene Branding Studie an!

Für mehr Informationen



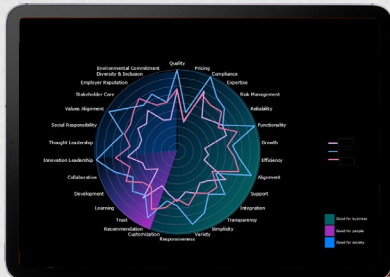
Laden Sie den globalen Ergebnisbericht herunter

<https://www.dentsu.com/dentsu-b2b>



Laden Sie die Infografik mit den wichtigsten Informationen für Deutschland herunter

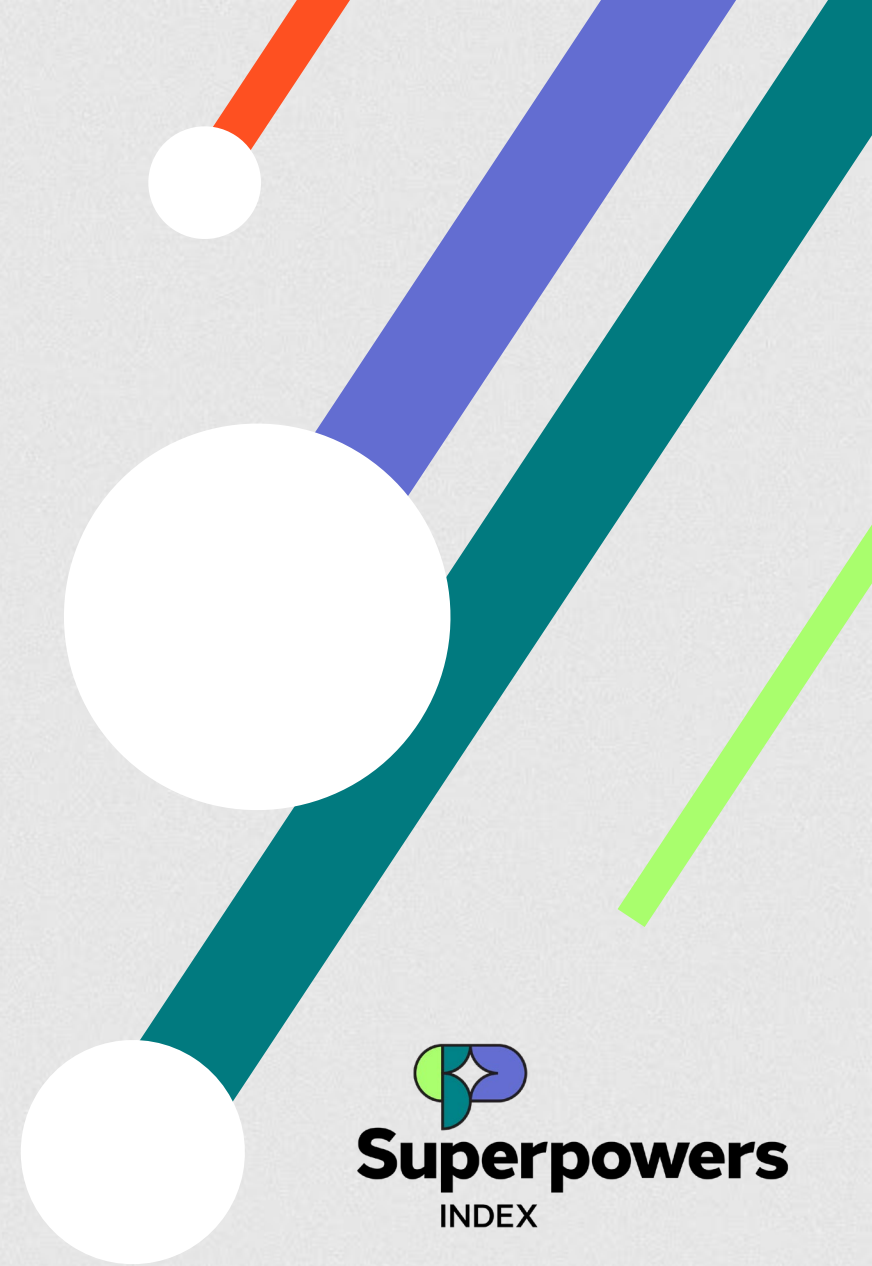
<https://www.b2binternational.de/der-superpowers-index-2024-zusammenfassung-fuer-deutschland>



Buchen Sie einen Workshop

Oder stellen Sie uns Fragen zu den Daten

superpowers@dentsu.com



Vielen Dank

Für mehr Informationen zum Thema Superpowers Index kontaktieren Sie uns unter:

duesseldorf@b2binternational.com

muenchen@b2binternational.com