

Markt- und Konkurrenzanalyse

Kunde	xxx
Ihre Kontaktperson	appleute GmbH Marc Müller info@appleute.de
Projekt Start	21.02.2022
Projekt Ende	25.02.2022

1. Einleitung

2 Nutzergruppen, um kurzfristig freie Terminslots von Dienstleistern zu füllen.

Diese 2 Nutzergruppen sind wie folgt aufgeteilt:

Auf der einen Seite stehen Selbstständige und Unternehmen, die im Normalfall eine Dienstleistung anbieten, die auf zeitlicher Basis veranschlagt wird. Diese Dienstleistungen sind derzeit primär im Bereich Kosmetik, Körperpflege, Massage und Friseur ansässig.

Auf der anderen Seite steht eine große Zielgruppe an vornehmlich Smartphone Nutzern, die kurzfristig die Dienstleistungen der Anbieter in Anspruch nehmen möchten und nachfragen.

Die Anbieter solcher Dienstleistungen sind im deutschen Markt wenig technologisiert und verwalten ihr Unternehmen oder ihre Selbstständigkeit größtenteils händisch und manuell (Ausnahmen bestätigen die Regel). Kunden springen kurzfristig ab und stornieren deren Terminslot ohne Vorwarnung, was häufig dazu führt, dass Dienstleister diese Terminslots nicht mehr vergeben können und Einnahmeeinbußen haben.

Eine maximal simpel zu nutzende Smartphone-App soll diesen Selbstständigen und Unternehmen die Möglichkeit eröffnen, diese kurzfristig freiwerdenden Terminslots über wenige Klicks online zur Verfügung zu stellen. Auf der anderen Seite steht ein großer Pool an Nutzern, die kurzfristig Termine buchen möchten und diese frei gewordenen Terminslots potenziell befüllen können.

Es entsteht eine Win-Win-Situation für beide Nutzergruppen: Anbieter erwirtschaften zusätzlichen Umsatz und Nachfrager können die Dienstleistung ohne große Vorlaufzeit in Anspruch nehmen.

2. Aufgabe und Vorgehen

Das Ziel dieser Analyse ist es herauszufinden, ob es einen Markt für das App-Konzept gibt, und inwiefern dieser Markt mit Konkurrenzlösungen durchdrungen ist. Es soll ein Vergleich der bestehenden Lösungen vorgenommen werden, sowie Handlungsempfehlungen für die Umsetzung einer solchen App ausgesprochen werden.

Um ein Verständnis für den Markt zu entwickeln, beschäftigt sich diese Analyse mit den 4 stärksten Buchungs-Segmenten, die täglich von einer maximal großen Anzahl von Kunden genutzt werden. Grundsätzlich zeichnen sich diese Segmente durch die folgende Problematik aus: Zum einen fällt es Nutzern schwer einen freien Termin innerhalb der Einschränkungen ihres Kalenders zu finden und zum anderen die Möglichkeit, Preise für diese Dienstleistungen einzusehen und die Nutzung bequem auf ihrem Smartphone zu bezahlen.

Die Analyse beschränkt sich weiterhin vornehmlich auf die Unternehmen, die in ihrem jeweiligen Segment einen großen Marktanteil beanspruchen. Es gibt teilweise noch weitere Anbieter, die aber eher marginal bezüglich des Marktanteils anzusehen sind und deshalb von der Analyse ausgeschlossen wurden.

Anschließend werden die Hauptkonkurrenz-Lösungen näher beleuchtet und, basierend auf deren Angebot und der vorhandenen Analyse, Handlungsempfehlungen ausgesprochen.

3. Marktsegmente

Wir zuvor beschrieben, beschäftigt sich diese Analyse mit den 4 einflussreichsten Buchungs-Marktsegmenten. Unserem Marktverständnis zufolge reicht es nicht, nur die direkten Konkurrenten zu betrachten, sondern vielmehr einen weitreichenden Blick auf andere Lösungen zu werfen, die in ihrer Konzeption ähnliche Funktionalitäten aufweisen. Der sogenannte „Threat of New Entrants“ ist durch die erhöhte Technologisierung der Märkte zunehmend zu einem Problem für innovative Nischenlösungen geworden, denn großen Unternehmen mit großem Marktanteil fällt es im Gegensatz zu neu-entwickelten Lösungen relativ leicht den bestehenden Markt mit neuen Lösungen zu bespielen. Die analysierten Segmente lassen sich wie folgt beschreiben:

- Kosmetik Dienstleistungen
 - Ein sehr weit gefächertes Konzept, das folgende Begriffe miteinschließen soll:
 - Haarentfernung/Waxing
 - Friseur/ Barbier, Augenbrauen zupfen, Bart schneiden
 - Massage, Gesichtsbearbeitungen, Sportmassagen
 - Nagelstudios (Pediküre, Maniküre)
 - Dieses Segment wurde in den letzten 15 Jahren stark durchdrungen. Der Markt ist noch nicht vollständig gesättigt, aber es gibt viele Firmen, die sich auf verschiedene Nischen spezialisiert haben und deren Lösungen durch große Kapitalsummen unterstützt werden.
- Restaurants
 - Der älteste Markt in der Analyse der seine Konsolidierung bereits hinter sich hat. Der Markt ist gekennzeichnet durch eine Vielzahl an reifen Unternehmen, die etabliert nebeneinander agieren. Des Weiteren hat es in den letzten Jahren vermehrt Mergers und Acquisitions in diesem Bereich gegeben, die den Markt etwas aufgerüttelt haben.
- Ärzte Dienstleistungen
 - Ein weiterer Markt in den Buchungen eine sehr wichtige Rolle spielen. Dieser Markt zeichnet sich vor allem durch Bivalenz der Anbieter aus. Die ältere Generation an Ärzten verwendet kaum bis keinerlei Software-Unterstützung, während die jüngere Generation fast ausschließlich auf Softwareunterstützung zurückgreift, um ihr Business zu verwalten
 - Hier gibt es im Wesentlichen 2 große, gut finanzierte Unternehmen in diesem Bereich, die nicht das Segment der Ärzte durchdrungen hat, sondern ebenfalls den Markt der Tiere komplett für sich beansprucht.
- Unterrichtsdienstleistungen
 - Da sich dieser Markt vor allem durch Freiberufler auszeichnet, die nicht unbedingt in einem Geschäft/Praxis arbeiten, gibt es hier eine Vielzahl an SaaS-Lösungen, um dieser Nachfrage gerecht zu werden

4. Konkurrenten

Die Analyse der verschiedenen Segmente sieht wie folgt aus:

Name	Herkunft	Plattform	Thema	Funding	Anzahl Mitarbeiter	Seit	Kommentar
Beauty							
<u>Squire</u>	US	Web, App	Friseur Rundum-Sorglos SaaS Paket	\$167M	101-250	2015	USA, UK, Kanada, und Australien
<u>Booksy</u>	US	Web, App	Beauty Termine online buchen, Online-Bezahlung	\$118.7M	251-500	2013	Marktführer in US, UK, Poland, Spain, Brazil und South Africa. Sind auch in Personal Training, Nursing home visitations Versum und Kiute gekauft
<u>Treatwell</u>	UK	Web, App	Beauty Termine online buchen, Online-Bezahlung	\$83.5M	251-500	2008	Marktführer in Europa
<u>Uala</u>	Italien	Web, App	Beauty Termine online buchen, Online-Bezahlung	\$22.4M	11-50	2013	Frankreich, Griechenland, Italien, Portugal, Spanien
<u>StyleSeat</u>	USA	Web, App	Beauty Termine online buchen, Online-Bezahlung	\$40M	51-100	2011	USA
<u>Fresha</u>	UK	Web, App	Beauty Termine online buchen,	\$185M	351-500	2015	USA, UK, Kanada, Polen, Deutschland

			Online-Bezahlung				
Colavosalon	Südkorea	App	Beauty Termine	Privat	1-10	2017	Südostasien
RSViP	USA	App	Beauty, Tattoo, Fitness Buchungen	Seed	1-10	2019	Deutschland, Portugal, Russland, Spanien, China, Frankreich, UAE, USA
Head on solutions, Studiolution	Nürnberg	Web	Salon software + Beauty Termine online buchen, Online-Bezahlung	Series A	11-50	2013	Studibookr - Salon Buchungsplattform
Glambook	Berlin	App	Salon Software für Selbständige – Management und Webseite, Kalenderintegration, Zahlungen	\$600k	1-10	2020	
Restaurants							
OpenTable	US	Web, iOS, Android	Restaurant Termine buchen	\$48M	501-1000	1998	
Quandoo	Berlin	Web, App	Restaurant Termine buchen	\$39.5M	251-500	2012	
Tripadvisor	US	Web, App	Alles rund um Hotels und Restaurants – Bewertungen und Preise vergleichen u. buchen	AG	5001-10000	2000	Tripadvisor hat theFork gekauft

Aleno	Schweiz	Web	Restaurant Termine buchen	-	11-50	2013	
Arzttermine							
Doctolib	Frankreich	Web, App	Arzttermin online buchen	\$266M	1001-5000	2013	
DocPlanner	Polen	Web, App	Arzttermin online buchen	\$140M	1001-5000	2011	Docplanner hat Jameda gekauft
Lehrer finden							
Superprof	Paris		Lehrer online finden - per Zoom oder in Umgebung	-	1001-5000	2013	

5. Konkurrenten im Fokus

Die aus der Analyse hervorgegangenen Unternehmen werden nun näher beleuchtet. Aufgrund der Relevanz und der Beschränkungen dieses Auftrags, wird sich auf die 3 wichtigsten und produktähnlichsten Apps bezogen.

5.1 Treatwell

Treatwell bietet die wohl unmittelbar ähnlichste Version zum bisher angedachten Restplätze-App-Konzepts. Das ursprünglich aus dem Vereinten Königreich stammende Unternehmen (Gründung 2008) bietet neben einer Beauty-Buchungsplattform für Salons, ebenfalls ein SaaS-Lösung für das Salon Management. Nutzer tragen neben den Transaktionsgebühren, keinerlei Kosten und können die Applikationen kostenlos herunterladen und verwenden. Salons werden zur Kasse gebeten in entweder einer „Basic“ oder „Premium“-Version des Abonnements.

Im „Basic“-Paket werden 29€/Monat sowie eine Einrichtungsgebühr von einmalig 199€ fällig. Darüber hinaus behält Treatwell 35% der Neukunden-Provisionen über Treatwell ein, sowie eine 2% Bearbeitungsgebühr für wiederkehrende Buchungen. In diesen 29€ sind eine eigene Standardwebseite, personalisierte Werbung, die Salon-Software, Terminbuchungen, Terminkalender-Integrationen und Terminerinnerungen inkludiert.

Im „Premium“-Paket werden 49€/Monat fällig sowie ebenfalls eine Einrichtungsgebühr von 199€. Diese Version enthält alles aus „Basic“ und zusätzlich die Abrechnung über ein integriertes POS-System vor Ort.

Treatwell ist der eindeutige Marktführer im deutschsprachigen Raum. Die App repräsentiert 3500 Salons und Einrichtungen in Deutschland allein und über 20000 Salons europaweit. Terminbuchungen sind sehr kurzfristig (innerhalb der nächsten 30 Minuten) in allen Bereichen von Nagelstudios, Massage, Kosmetik für Frauen und für Männer, Friseur für Frauen und Männer und Haarentfernungen möglich.

Während alle großen Städte in Deutschland und den Nachbarländern bedient werden, gibt es vereinzelte Städte in Deutschland und Europa die noch nicht von der Treatwell-Software erschlossen sind. Das fast 500-köpfige Team mit 11 Standorten in Europa arbeitet aber hart daran.

5.2 Fresha

Fresha ist ein aus dem Vereinten Königreich stammendes Unternehmen mit Büros und Märkten in den USA, dem Vereinten Königreich, Kanada und zunehmend Mitteleuropa. Polen ist der Hauptstandort, der derzeit auch die Nachbarländer inklusive Deutschland bedient. Das Unternehmen existiert seit 2015. Zum einen bietet Fresha eine Beauty-Buchungsplattform für Salons, sowie eine kleiner Salon-Management Software, die sich aber auf die wichtigsten Aspekte beschränkt. Das Hauptaugenmerk ist hier vor allem auf den Buchungen und Kalender gelegt worden.

Das Preismodell ist, im Gegensatz zu Treatwell, vor allem Umsatzbasiert. So gibt es keinerlei regelmäßige Abonnement-Preise, sondern vielmehr ausschließlich Kommissionen und Preise für zusätzliche Services. So verlangt die Plattform beispielsweise eine einmalige 20%-Kommission pro Neukunden, der durch die Plattform gebucht hat. Bezahlungen über die Plattform werden mit mindestens 1,29% belastet und Marketing-Nachrichten und -Emails kosten einen bestimmten Cent-Betrag pro Nachricht, wenn versendet.

Derzeit wurde die App weltweit 100.000 heruntergeladen. In Deutschland besitzt die Software noch unter 20 Salons im Portfolio; die Firma befindet sich jedoch in der Akquise des deutschen Marktes und wird in absehbarer Zukunft mehrere hundert Salons repräsentieren. Buchungen lassen sich am gleichen Tag abschließen, Restplätze können kurzfristig freigeschaltet werden.

5.3 Squire

Squire ist ein Konkurrent, der einen etwas anderen Ansatz als Treatwell und Fresha verfolgen. Squire will die Anlaufstelle für Friseure und Barber sein. Das heißt, dass Squire zum einen eine Online-Plattform (Web, Android, iOS) bietet, über die potenzielle Kunden einen Friseur finden und buchen können. Zum anderen jedoch, bietet Squire ebenfalls eine sehr extensive SaaS-Lösung für Friseur-Salon-Betreiber. Es handelt sich hierbei um ein Rundum-Sorglos-Paket mit Webseite, Kalenderintegration, Bezahlplattform, Bezahlgateways, Schichtzuweisung, Buchungen und Salonmanagement.

Squire hat sich ausschließlich auf Friseure und Barber spezialisiert und repräsentiert keinerlei andere Services auf deren Plattform. Die Firma existiert seit 2015 in den USA und bedient von dort aus einen Großteil der englischen Märkte (Australien, Vereintes Königreich, USA, Kanada). Die Firma ist derzeit auf dem Vormarsch, vor allem seitdem sie vor kurzer Zeit eine große Finanzspritze ihrer Investoren erhalten haben, um zusätzliche Märkte zu erschließen.

6. Weitere Überlegungen

6.1 Offline-Markt

Der Kosmetik-Dienstleistungsmarkt ist gekennzeichnet durch eine sehr große Anzahl an nicht-digitalisierten Unternehmen oder Selbstständigen. Buchungen laufen nicht bei allen Friseuren über das World Wide Web, sondern vielmehr über Telefonanrufe oder eventuell Emails. Häufig wird das Internet für die Suche nach dem richtigen Salon verwendet, das Vereinbaren eines Termins per Telefon ist jedoch immer noch die bevorzugte Vorgehensweise für einen Großteil des Marktes in Europa. Auf der anderen Seite stehen viele manuelle Prozesse – das häufigste Bild ist immer noch ein handschriftlich geführtes Terminbuch, das die Tage der Angestellten plant und bezüglich der Termine auf dem Laufenden hält.

6.1 Unabhängiger Markt

Die Stärke und der Marktanteil von Google ist etwas, das nicht unberücksichtigt bleiben darf. Der Standard-Prozess einer Terminfindung verläuft meistens über Google Maps, um Orte in der Nähe zu finden, die sie besuchen können. Mittlerweile hat Google Maps auch schon die Standard Google Suche für lokale Suchen überholt. Somit ist das nun der erste Schritt zur Suche nach dem richtigen Standort. Außerdem gibt es weitere Unternehmen, die grundsätzlich das Termine buchen vereinfachen möchten. So hat sich beispielsweise WhatsApp zu einer neuen Möglichkeit entwickelt, einen Termin zu buchen. Kostenlose Terminbuchungssoftwares wie calendly.com oder hubspot.com tun ihr Übriges in diesem Bezug und automatisieren Buchungen in der einfachsten Form.

Außerdem gibt es schon heute viele Stores, die ihr Angebot komplett eigenständig online verwalten. Shopify vs. Amazon: Immer mehr Unternehmen nutzen diese Online-Tools, um ihren eigenen Marktanteil zu kontrollieren und die richtigen Preise festzulegen, während sie den Gesamtmarkt im Auge behalten. Beispiel: Der Verkauf über Amazon macht sie abhängig von der Preisgestaltung und dem Algorithmus von Amazon. Wenn sie es jedoch auf ihrer eigenen Plattform verkaufen, erhalten sie mehr Kontrolle und können die Preise verwalten und wissen, wer ihre Kunden wirklich sind.

7. Fazit und Empfehlungen

Basierend auf unseren Recherchen und Analysen scheint der Buchungsmarkt in seinen jeweiligen Segmenten sehr groß zu sein. Die genaue Marktgröße ließ sich leider aufgrund fehlender Daten nicht quantifizieren.

Aufgrund der Größe des Marktes, bietet dieser natürlich auch zahlreiche Entwicklungspotentiale, in die man als neue Unternehmung hineinstoßen kann. Die Herausforderung hier liegt vor allem in der sehr starken Konkurrenz, die (1) häufig schon lange am Markt ist, (2) viele Vertikalen abdeckt und/oder (3) sehr großes Finanzierungsbudget durch Investoren im Rücken hat.

Das bedeutet grundsätzlich, dass die „Easy-Wins“, also die offensichtlichen Marktlücken schon geschlossen wurden. Schwer durchdringbare Märkte wurden verlassen beziehungsweise offengelassen und bieten dementsprechend ein Potential zur Weiterentwicklung. Hier wird wohl bald über den verbleibenden Markt mit Hilfe von teuren Marketing-Budgets anstatt technologischen Fähigkeiten entscheiden.

Wir sehen derzeit 3 verschiedene Ansätze bezüglich des weiteren Vorgehens:

1. „Den Kampf annehmen“

Den Marketingweg: Suchen Sie nach Investoren und fordern Sie bestehende Konkurrenten heraus, indem Sie Marketinggelder effizienter und kreativer ausgeben.

Die Unterwanderung: Suchen Sie sich kleine unerschlossene Teilmärkte (Klein- bis Mittelgroße Städte) um den Markt von unten nach oben aufzurollen und sich später den Großstädten anzunehmen.

2. „The App to replace all other Apps“

Konsolidieren Sie die Gesamtheit aller Buchungssegmente in einer einzigen App. Bieten Sie einen One-Stop-Shop für den Endnutzer, um nicht unbedingt eine Restaurant-Buchungsapp, eine Kosmetik-Buchungsapp, sowie eine Arzttermin-Buchungsapp separat auf dem Smartphone bedienen zu müssen. Wichtig wird hierbei der Faktor Integrationen zu bestehenden Systemen sowie eine Kalenderintegration zu den alt-bekanntem System Outlook/Google.

3. „Nische to Hero“

Suchen Sie nach einer Nische, in der Sie mit Ihren spezifischen Kenntnissen in der Branche klein anfangen, aber sehr schnell wachsen können, da der Markt bisher noch nicht angesprochen wird. Potential gibt es hier beispielsweise in der Buchung von zusätzlichen Kapazitäten bei gecharterten Flugzeugen, eine Art blablacar für Flugzeuge.