

# **Steigende Kosten in der Neukundengewinnung für Unternehmen im DACH-Raum**

Analyse, Auswirkungen und Lösungsansätze

# Executive Summary

Die Kundenakquisitionskosten im DACH-Raum sind um 40-50% gestiegen, was die Profitabilität erheblich beeinträchtigt – ein mehrstufiges Maßnahmenpaket kann die Abhängigkeit von Paid Media reduzieren und den Customer Lifetime Value steigern.

## Kernprobleme

- CAC-Anstieg von 60€ auf 85€ (42%)
- Reduktion der Rohertragsmarge um bis zu 20%
- Wachsende Abhängigkeit von wenigen Plattformen

## Lösungsansatz

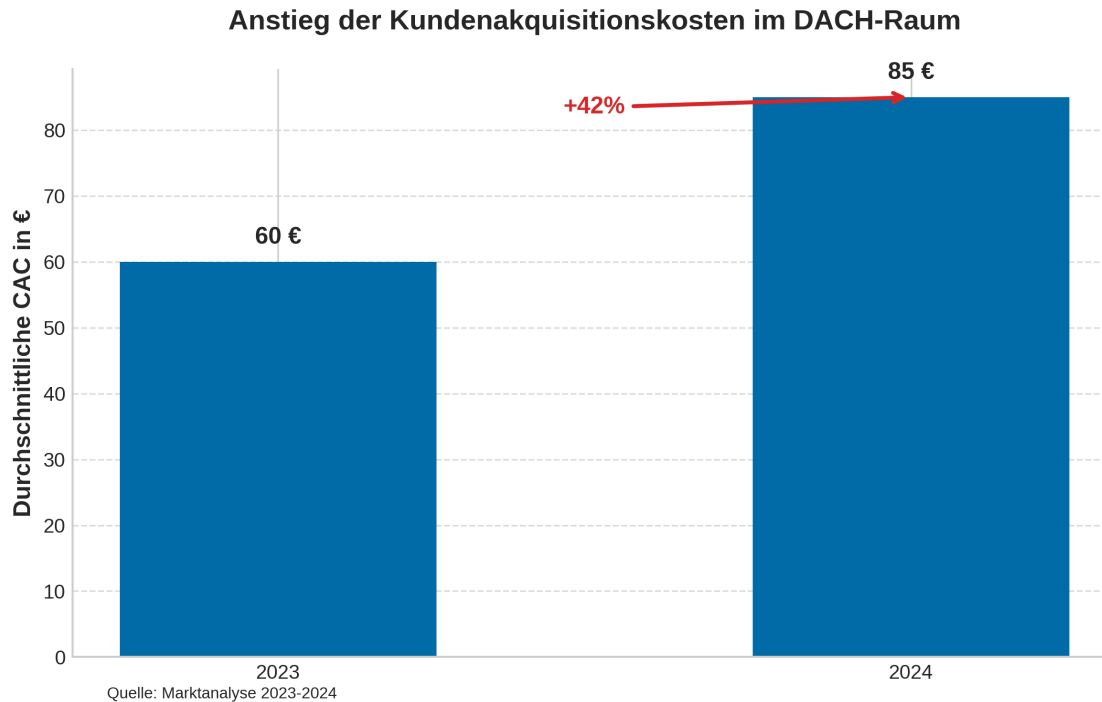
- SEO-Strategie mit GEO-Targeting
- LLMO (Large Language Model Optimization)
- CRM-getriebenes Loyalty- und Referral-Programm

# Problem (P)

---

## CAC-Anstieg im DACH-Raum

Die durchschnittlichen Kundenakquisitionskosten (CAC) im DACH-Raum sind in den letzten 12 Monaten um 40-50% gestiegen



# Problem (P)

---

## Ursachen des CAC-Anstiegs

### Vier Hauptfaktoren treiben die steigenden Kundenakquisitionskosten im DACH-Raum



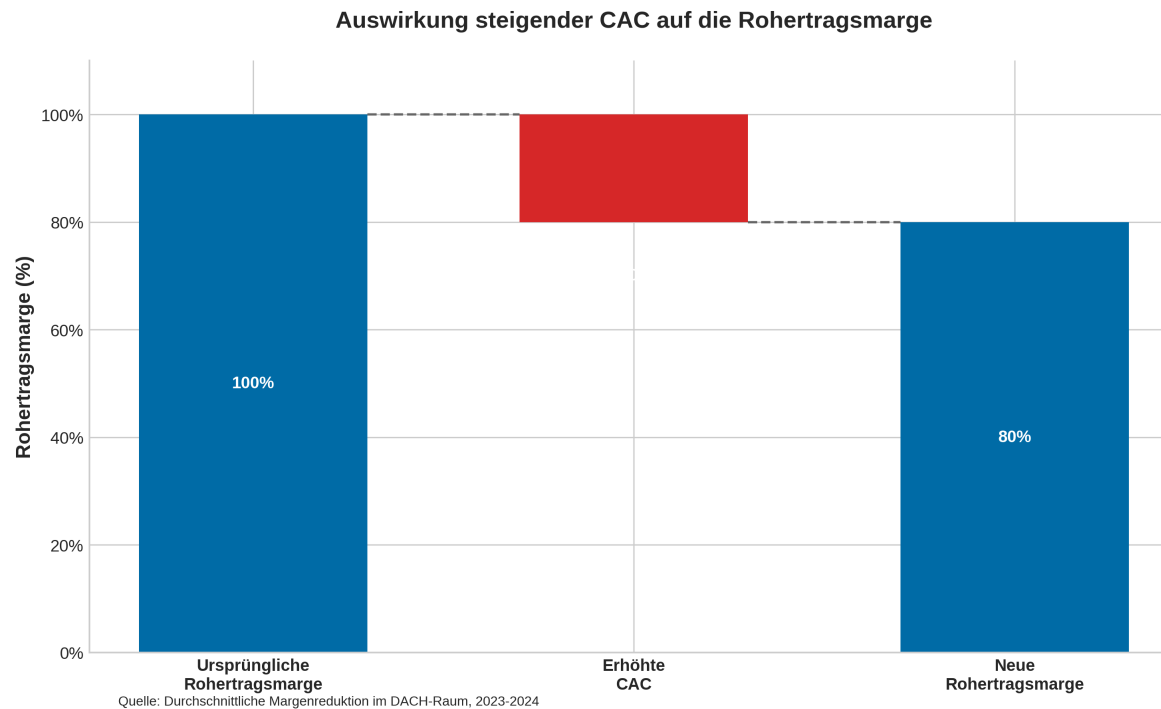
Quelle: Marktanalyse 2023-2024

# Agitieren (A)

---

## Auswirkungen auf die Profitabilität

Die steigenden CAC reduzieren die Rohertragsmarge pro Neukunde um bis zu 20%

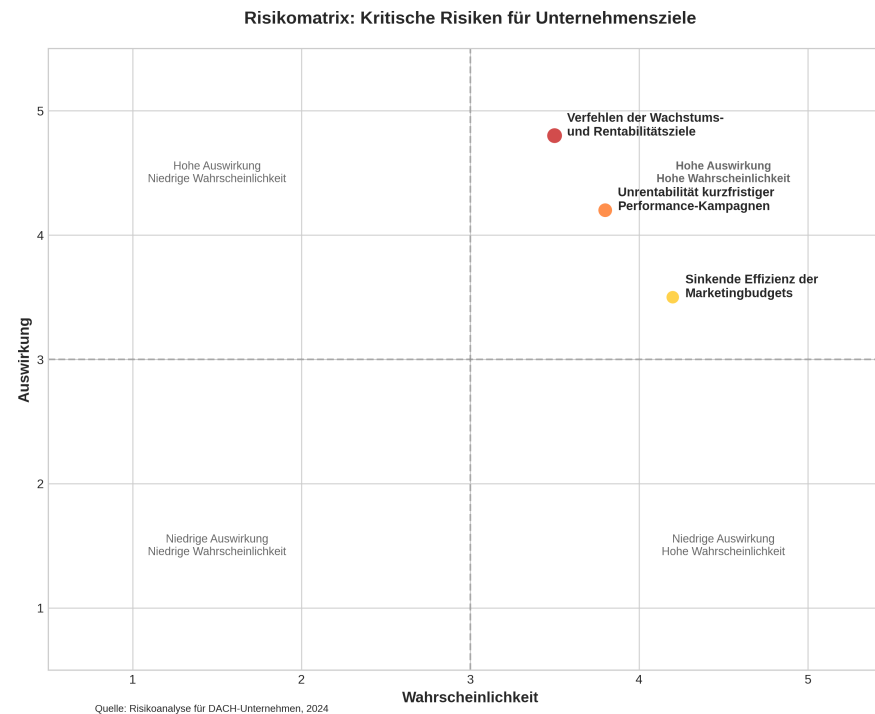


Quelle: Durchschnittliche Margenreduktion im DACH-Raum, 2023-2024

# Agitieren (A)

## Risiken für Unternehmensziele

### Drei kritische Risiken gefährden die mittelfristigen Unternehmensziele für 2025



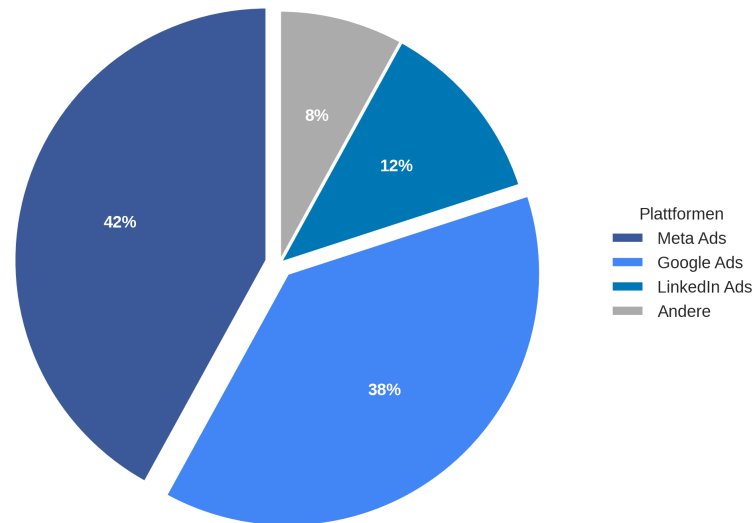
# Agitieren (A)

---

## Wachsende Plattformabhängigkeit

Unternehmen im DACH-Raum werden zunehmend abhängig von wenigen digitalen Werbeplattformen

Verteilung der Werbeausgaben auf digitale Plattformen



Quelle: Durchschnittliche Werbeausgaben im DACH-Raum, 2024

Quelle: Durchschnittliche Werbeausgaben im DACH-Raum, 2024

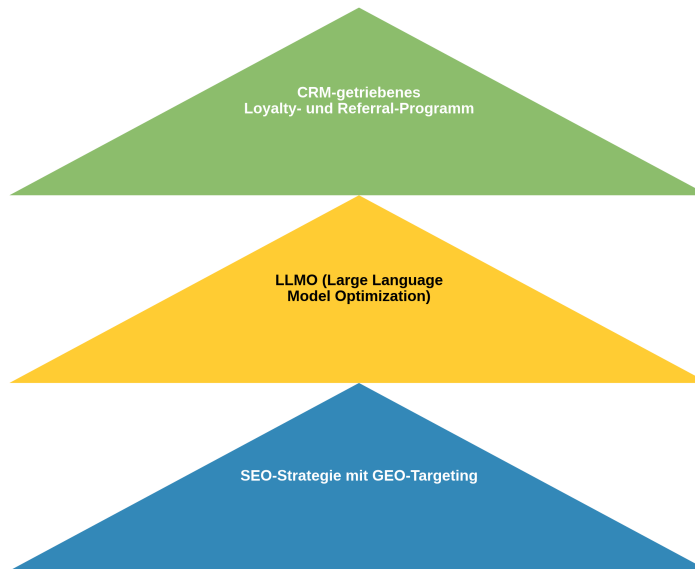
# Lösung (S)

---

## Mehrstufiges Maßnahmenpaket

Ein dreistufiger Ansatz reduziert die CAC und steigert den Customer Lifetime Value

Dreistufiger Ansatz zur CAC-Reduktion und CLV-Steigerung



Quelle: Strategieanalyse für DACH-Unternehmen, 2024

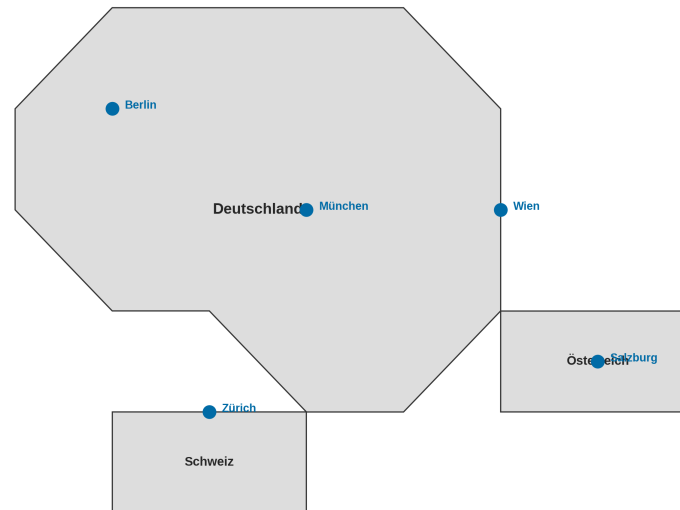
# Lösung (S)

---

## SEO-Strategie mit GEO-Targeting

Lokalisierte Inhalte und technische Optimierung erhöhen die Sichtbarkeit in spezifischen DACH-Märkten

SEO-Strategie mit GEO-Targeting im DACH-Raum



Quelle: Strategieanalyse für DACH-Unternehmen, 2024

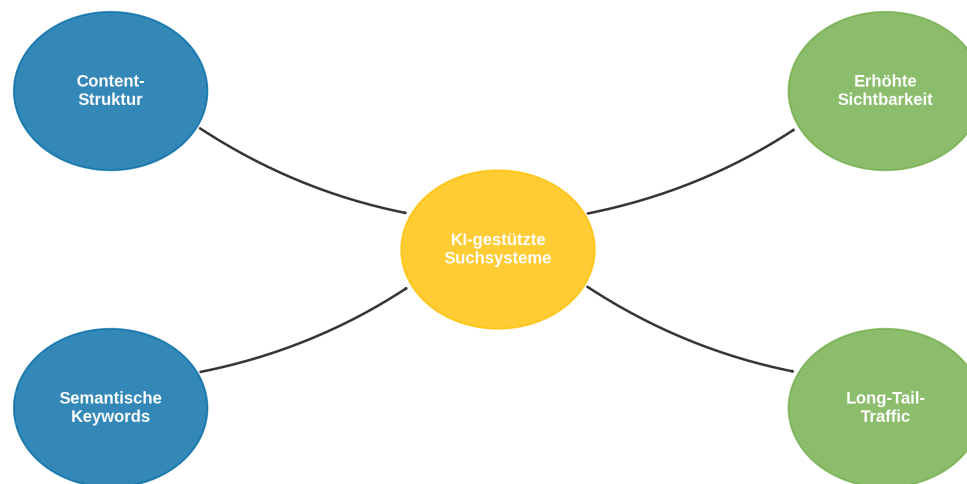
# Lösung (S)

---

## LLMO (Large Language Model Optimization)

Optimierung für KI-gestützte Suchsysteme erschließt kosteneffizient neue Traffic-Quellen

LLMO: Optimierung für KI-gestützte Suchsysteme



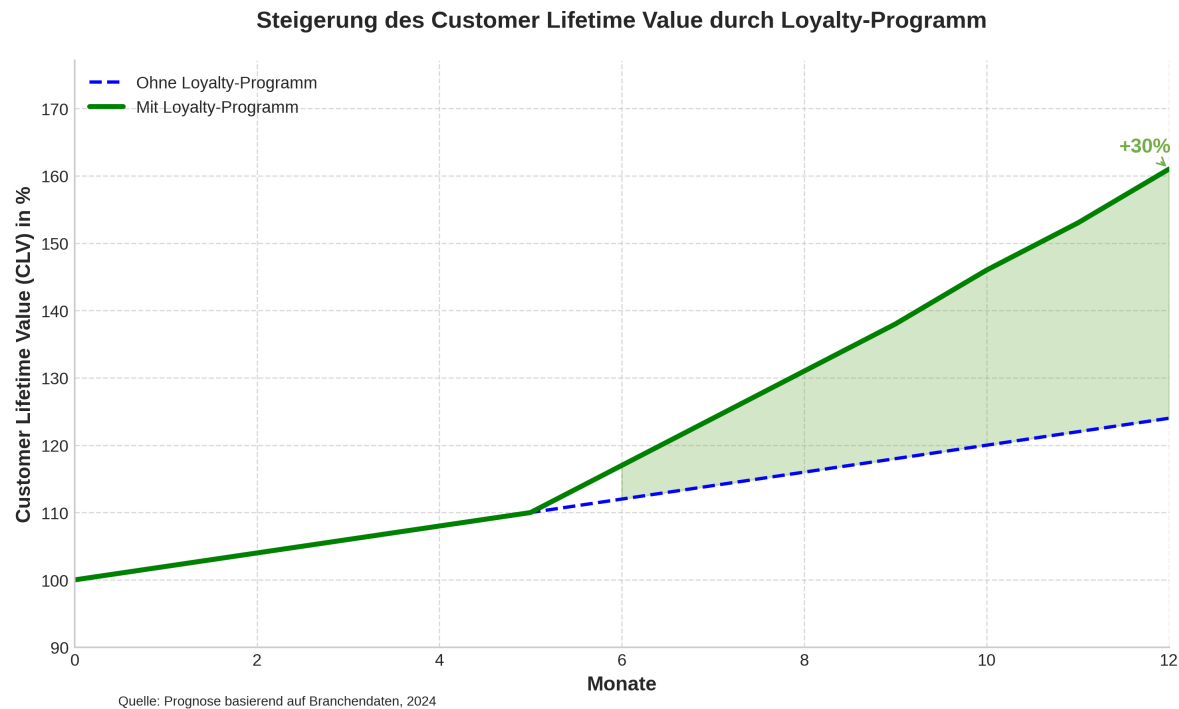
Quelle: Strategieberatung für DACH-Unternehmen, 2024

Quelle: Strategieberatung für DACH-Unternehmen, 2024

# Lösung (S)

## CRM-getriebenes Loyalty- und Referral-Programm

Steigerung des Customer Lifetime Value (CLV) um 25-35% innerhalb von 12 Monaten



Quelle: Prognose basierend auf Branchendaten, 2024

# Zusammenfassung und Implementierungsplan

Durch die vorgeschlagenen Maßnahmen können Unternehmen im DACH-Raum ihre CAC um 30% senken und den CLV um 25-35% steigern

## Erwartete Ergebnisse

- Reduktion der CAC um 30% innerhalb von 6 Monaten
- Steigerung des CLV um 25-35% innerhalb von 12 Monaten
- Verringerung der Plattformabhängigkeit um 40%

## Nächste Schritte

- Sofort: Aufbau des SEO-Teams mit GEO-Fokus
- Monat 1-3: Implementierung der LLMO-Strategie
- Monat 3-6: Einführung des Loyalty-Programms