

# Lexware „Flopcast“



## Kunde

**Haufe-Lexware GmbH, Freiburg**  
Verantwortlich  
Jörg Frey, Geschäftsführung

## Agentur

**REINSCLASSEN GmbH und Co. KG**  
www.reinsclassen.de  
Verantwortlich  
Armin Reins, Geschäftsführung  
Georg Fischböck, Leitung Kreation  
Oliver Bode, Leitung Beratung

## AUFGABENSTELLUNG

### Viel los im Markt der Buchhaltungs- und Steuersoftware.

Mit der Cloud-Technologie sind die Möglichkeiten der Digitalisierung enorm gestiegen. Aber leider auch die Einstiegshürden von neuen Marktteilnehmern stark gesunken. Fast monatlich drängen Start-ups mit neuer Buchhaltungs- oder Steuersoftware auf den Markt – mit teils sehr gut gefülltem Geldbeutel. Sie machen dem Marktführer Lexware zunehmend Konkurrenz bei seiner Kernzielgruppe: den kleinen Unternehmen und Selbstständigen.

kleinen Unternehmen zu kümmern. Lexware muss auch die Zauderer überzeugen, die sich mit der Digitalisierung immer noch schwerten und Angst davor haben. Lexware muss hierfür den richtigen kommunikativen Aufhänger finden. Übergreifend macht die Absatzentwicklung am besten deutlich, ob Lexware seine Wachstumsziele erreicht. Daneben zeigen aber auch Interaktionen in den sozialen Medien und das Interesse für den speziell hierfür entwickelten Content (Podcast), ob die Maßnahme erfolgreich war.

### Die Marketing- und Werbeziele.

- Steigerung des Abverkaufs bei den digitalen Kernprodukten um 50%
- Social Media: 2 Mio. Impressions, 20.000 Clicks, 1.000 Interactions
- 30.000 Downloads des Podcasts Flopcast

## STRATEGIE

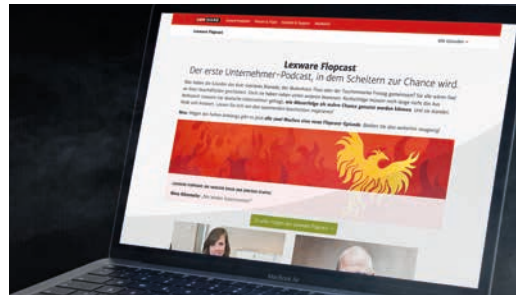
### Scheitern verboten?

Wer hierzulande ein Unternehmen gegen die Wand fährt, wird gern als Verlierer abgestempelt. Scheitern wird in Deutschland immer noch als Makel angesehen. In diesem Angstklima trauen sich die konservativen, kleinen Unternehmen noch weniger, neue Wege zu gehen. Oder den Mut aufzubringen und in die Digitalisierung zu starten. Es könnte ja schiefgehen. Diese Grundhaltung wollen wir aufbrechen. Lexware will gezielt diesen kleinen, ängstlichen Unternehmen Mut machen. Und als digitaler Wegbereiter einen Beitrag dazu leisten, dass sie ihre Zukunft nicht länger verschlafen.

## ZIELSETZUNG

### Auf Wachstumskurs bleiben.

Keine leichte Aufgabe für Lexware, sich in diesem stark gewachsenen Wettbewerbsumfeld als relevanter Anbieter bei kleinen Unternehmen und Selbstständigen zu behaupten bzw. sogar noch weiter zu wachsen. Genau das ist aber das Ziel des Unternehmens auch im Geschäftsjahr 2019/2020. Da genügt es nicht, sich nur um die innovationsbereiten



### Mit Scheitern Mut machen.

Hochglanz-Erfolgsgeschichten kann jeder. Damit erreicht man bei kleinem Budget aber zu wenig Aufmerksamkeit und Interesse. Und die Angst der kleinen Unternehmen sitzt tief. Lexware setzt daher auf echte Geschichten vom Scheitern. Von krachend gescheiterten Unternehmen, die wieder aufgestanden sind. Um danach noch erfolgreicher zu werden. Denn gerade von den gescheiterten Unternehmen kann man etwas lernen: den Mut und die Bereitschaft, etwas Neues zu wagen. Und wie man eigene Fehler am besten gleich vermeidet.

### Übers Ohr direkt in Kopf und Herz der Zielgruppe.

Lexware geht dorthin, wo die Zielgruppe diesen Geschichten wirklich zuhört. Wo sie sich Zeit nimmt, um Inhalte auch wirklich zu durchdringen, weil sie sie selbst aktiv auswählt. Lexware macht einen Podcast. Ein neues To-go-Medium, dessen Nutzungskurve gerade steil ansteigt und das mit über 3 Mio. Nutzern aus dem Segment der Traditionalisten und über 2 Mio. Hörern über 50 Jahre die Zielgruppe gut erreicht. Der Vorteil: Es ist einfach zugänglich und die vielbeschäftigte Zielgruppe der kleinen Unternehmen kann dort zuhören, wo es für sie passt und sie Zeit dafür hat.

## CASE SUMMARY

Statt der üblichen Erfolgsgeschichten lässt Lexware gescheiterte Unternehmer in einem Podcast zu Wort kommen. Dass der Flopcast zu einem wirklichen Topcast für Lexware wird, zeigen über 76.000 Downloads und 119 % Absatz über Plan.



Zu hören auf allen wichtigen Audio-Kanälen.

Hier geht es zum Film:



### Mit einem Namen, der aufhorchen lässt.

Der Lexware Flopcast. Was wir von gescheiterten Unternehmern lernen können.

### Lexware präsentiert die größten deutschen Unternehmerflops auf allen Audio-Plattformen.

In 20 Interviews beschreiben „populär“ gescheiterte deutsche Unternehmer ganz authentisch, was sie beim Scheitern gelernt haben. Sie sprechen über große und kleine Fehler, über Lehren für die Zukunft und ihren Weg zurück in die Erfolgsspur. Überall zu hören auf DEEZER, Spotify, Apple und Google Podcast sowie auf der Lexware-Website. Social-Media-Ads und Audio-Spots werden als Verstärker eingesetzt.

## ERGEBNISSE

### Der Lexware Flopcast wird zum Topcast.

Der Lexware Flopcast hat mit über 76.000 Downloads allein für die erste Staffel gezeigt, dass frische Ideen und innovative Formate auch in der B2B-Kommunikation einen großen Unterschied machen können. Aus dem Flopcast ist ein echter Topcast geworden – für die Marke Lexware und für die Podcast-Plattform. Über Wochen gehört der Flopcast dort zu den Top-Performern und erscheint noch immer unter den ersten fünf Podcast-Vorschlägen für Nutzer. Das ist bisher kaum einem B2B-Podcast gelungen.

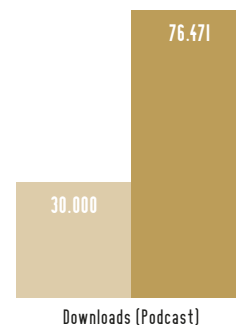
### Mit Flops erfolgreich gewachsen.

Mit 119 % mehr Absatz gegenüber der Planung hat Lexware seine Abverkäufe bei den wichtigen digitalen Kernprodukten mehr als übererfüllt und gerade die angestrebte Zielgruppe motiviert, endlich in die Digitalisierung einzusteigen. Endlich haben die kleinen Unternehmen ihre Zettelwirtschaft und Excel-Tabellen gegen neue Softwarelösungen eingetauscht.

154 % mehr Social-Media-Interaktionen auf den eigenen Plattformen als erwartet zeigen auch, dass die Idee bei der Zielgruppe punktet. Einige Kommentare: „Noch nie ist jemand so motivierend gescheitert“, „Allegro mit Flops“, „Scheitern für Anfänger – super!“, „So wird Scheitern echt zur Chance“. Für Lexware wird der Flopcast zu einem echten Hit.

### Über 76.000 Downloads

+ 154 %

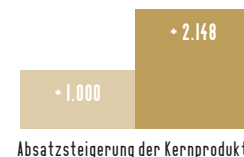


Quelle: Audio-Abfrage detektor FM

### Absatzsteigerung:

119 % über den Erwartungen

+ 119 %

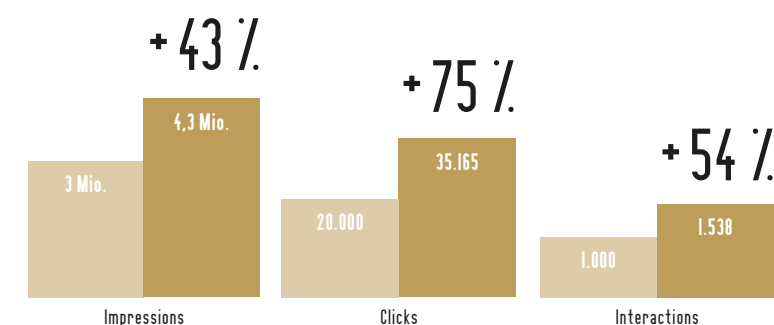


Quelle: Audio-Abfrage detektor FM

### Social-Media-Engagement:

Übertrifft die Erwartungen mehr als deutlich

Geplant  
Erreicht



Quelle: Social Media Reporting Lexware 2019/2020 (bis einschließlich 31.3.2020)