

Pressemitteilung

58 % deutscher KMU bereuen Software-Anschaffung: Das würden sie beim nächsten Kauf ändern

München, 20. März 2024 – Ein Softwarekauf kann leicht teurer werden als erwartet. Versteckte Kosten und zusätzliche Ausgaben für die Implementierung, Schulung, oder Anpassung spielen dabei oft eine Rolle. Besonders kleine Unternehmen treffen Fehlkäufe hart, da sie meist weniger finanzielle und zeitliche Ressourcen haben und finanzielle Einbußen einen erheblichen Einfluss auf die langfristige Geschäftsentwicklung haben können.

Laut einer aktuellen Studie der Software-Bewertungsplattform Capterra bereuen fast sechs von zehn Käufern (58 %) ihre Softwareauswahl der letzten 12-18 Monate. Die Hälfte dieser Käufer (27 %) bereut sogar mehrere Softwareinvestitionen. 81 % der Kleinunternehmer mit 11-19 Angestellten sagen, dass der letzte Fehlkauf deutliche oder enorme Auswirkungen auf ihre Leistung hat. In Unternehmen mit 20-49 Angestellten sind es 68 %.

Im Rahmen der Capterra-Studie wurden 348 deutsche Entscheidungsträger zu ihren Softwareeinkäufen im Vorjahr befragt und wie sie ihren Software-Auswahlprozess 2024 verbessern würden.

Was verursacht Unzufriedenheit mit dem Softwarekauf?

Die größten Beschwerden der Studienteilnehmer beziehen sich auf:

- Hohe Anschaffungskosten
- Fehlende Akzeptanz der Mitarbeiter beispielsweise durch komplizierte Nutzung
- Zu wenige Funktionen und nicht erfüllte Erwartungen seitens der Softwareanbieter.

Um unerwartet hohe Ausgaben zu vermeiden, sollten sich Firmen um transparente Preisangaben bemühen, darunter auch:

- Kosten für die Einführung (Installation, Einrichtung, Schulung)
- Betriebskosten für Support und Wartung sowie die Kosten für Anpassungen & Updates
- Zusätzlichen Kosten für Skalierung (Anzahl der Nutzer, zusätzliche Funktionen)
- Integrationsfähigkeit und evtl. damit verbundene Extrakosten
- Kündigungsfrist.

Die Mitarbeiter sollten von Anfang an in den Auswahlprozess involviert werden, da sie die Funktionalitäten der Software nutzen und mit der Benutzeroberfläche zurechtkommen müssen.

Was würden Softwarekäufer beim nächsten Mal anders machen?

Hier sind die drei am häufigsten genannten Punkte, die die Teilnehmer beim nächsten Software-Auswahlverfahren anders angehen würden:

1. Sicherzustellen, dass sich alle Beteiligten zu den Auswahlkriterien im Voraus einig sind (30 %) Teams sollten vorher festlegen, welche Funktionen sie benötigen und prüfen, ob die Software diese auch bietet. Eine kostenlose Testversion oder Produkt-Demo sollte den Mitarbeitern erste Einblicke und Insights, auch bzgl. der Benutzerfreundlichkeit ermöglichen.
2. Sicherheitsprüfung durchführen (30 %) Eine Risikoanalyse zur Identifizierung von Sicherheitslücken kann helfen, proaktive Maßnahmen zu ergreifen, um die Datensicherheit zu gewährleisten und ggf. Vorschriften und Standards zu erfüllen.
3. Ziele und gewünschte Ergebnisse definieren (28 %) Definierte, messbare Ziele – wie beispielsweise die Kundenzufriedenheit um 10 % steigern oder das Risiko eines Cyberangriffs um 60 % senken – helfen nicht nur bei der Auswahl des richtigen Tools. Sie helfen auch später festzustellen, ob die Softwareauswahl die Richtige war.

Fazit

Um den Softwarekauf transparenter zu gestalten, sollten Unternehmen nicht nur ihre Anforderungskriterien abhaken. Auch das Verhalten des Softwareanbieters spielt eine wichtige Rolle in der Customer Journey, wobei sich unerfüllte Erwartungen als größtes Problem beim Softwarekauf herausstellen.

Eine detaillierte Checkliste für die Softwareauswahl kann spätere Enttäuschungen vermeiden.

„Um Unzufriedenheit beim Softwarekauf zu vermeiden, muss eine effektive Kommunikation zwischen allen Beteiligten stattfinden, um die Ziele und gewünschten Ergebnisse des Unternehmens vor dem Kauf der Software zu klären: Dazu gehört es die Belegschaft von vornherein in den Auswahlprozess einzubeziehen, die Ansprüche an die Software genau festzulegen und mit dem Anbieter alle entsprechenden Details zu klären“, kommentiert Ines Bahr, Senior Content Analystin von Capterra.

Methodik

Die Umfrage wurde im Juli 2023 online unter 348 Teilnehmern aus Deutschland durchgeführt. Die Teilnehmer wurden anhand der folgenden Kriterien ausgewählt:

- wohnen in Deutschland
- sind über 18 Jahre alt
- sind in die Bewertung, Auswahl und/oder den Kauf von Software involviert
- arbeiten in einem Unternehmen mit mehr als 5 Angestellten.
- arbeiten in einem Unternehmen mit einem Umsatz von weniger als 1 Milliarde Euro.

Über Capterra

Capterra hilft Unternehmen weltweit, die richtige Software für ihre Anforderungen zu finden. 1999 gegründet, bietet Capterra mit seiner globalen Produktpräsenz, verifizierten Nutzerbewertungen, unabhängigen Testberichten und maßgeschneiderten Vergleichstools jeden Monat mehr als fünf Millionen Käufern Zuversicht bei der Softwareauswahl.

Weitere Informationen unter: <http://www.capterra.com.de>

Pressekontakt: Ina Schumann, Ina.Schumann@gartner.com