

Die Qual der Software-Wahl

Die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl einer neuen Verlagssoftware.

Die Computersoftware in Ihrem Betrieb hat einen erheblichen Einfluss auf die Effektivität der Arbeit, auf Ihre Marketing-Möglichkeiten, auf Art und Erfolg Ihrer Kundenkontakte. Die verschiedenen Softwarepakete auf dem Markt sind durchaus unterschiedlich, auch wenn sie sich oberflächlich betrachtet in vielen Funktionen ähneln. Prüfen Sie daher detailliert, welche Software am besten Ihren Anforderungen entspricht, speziell den Anforderungen, die vielleicht bei andern Verlagen nicht gegeben sind, aber bei Ihnen.

Es gibt einige generelle Auswahlkriterien, unabhängig von Ihren speziellen Anforderungen:

Leichtigkeit und Sicherheit der Bedienung

Eine komfortable, schnelle Bedienung ist vielleicht die Software-Eigenschaft mit der größten direkten Auswirkung auf Ihr Geschäftsergebnis. Je einfacher die Bedienung ist, umso weniger Zeit brauchen Mitarbeiter für die Einarbeitung und für die tägliche Arbeit und umso mehr Zeit wird mit nutzbringender Anwendung verbracht.

Die Software soll Benutzereingaben umfangreich im Hintergrund prüfen, damit Eingabefehler nicht zu Folgefehlern, Zeitverlust und Stress führen. Ein einfaches Beispiel ist, dass die Software beim versehentlichen Eingeben von Adress-Dubletten automatisch einen Hinweis bringen sollte. Schön ist es, wenn die Software auch von sich aus in Situationen, wo das hilfreich ist, dem Anwender nützliche Tipps / Vorschläge liefert.

Flexibilität der Software anstelle Softwareanpassung

Je flexibler, umso produktiver. Die Software muss sich Ihren Bedürfnissen und Ihrer Arbeitsweise möglichst fein anpassen können, am besten durch viele in der Software einstellbare Optionen. Es sollte nicht nötig sein, dass für Ihre Erfordernisse die Software an verschiedenen Stellen stark angepasst (geändert) werden muss. Das kann sehr nachteilig werden: Im Laufe der Zeit werden mehr und mehr Änderungen nötig werden. Die Software ist dann nicht mehr kompatibel mit der Originalsoftware, es gibt dann „Ihre“ Version und die „normale“ Version. Wenn die Originalversion weiterentwickelt wird, können die Neuerungen in Ihre Version nur mit viel extra Aufwand und Kosten ebenfalls eingebaut werden. Ihre Version kann nur noch von Programmierern aufrechterhalten werden, die mit der Originalversion und den Änderungen vertraut sind. Das kann im Laufe der Zeit sehr teuer werden. Es entstehen auch Abhängigkeiten von einzelnen Programmierern, was leicht dazu führen kann, dass sich nach einigen Jahren niemand mehr mit Ihrer Version auskennt, Ihre Version letztlich nicht mehr gepflegt werden kann und Sie auf eine andere Software umsteigen müssen.

Integration

In Verlagen gibt es viele verschiedene Arbeitsbereiche. Je mehr davon die Software integriert, umso besser. Alle Informationen sind dann in *einer* Software verfügbar, die Bedienung ist einheitlich, der Rationalisierungseffekt am stärksten. Oft gibt es in Verlagen „Insellösungen“, z.B. verschiedene Programme für den Vertrieb einer Zeitschrift, für Werbeadressen, für den Anzeigenverkauf, für die Buchhaltung. Adressen werden dann mehrfach gepflegt, wenn ein Kunde am Telefon ist, sieht man nicht seine gesamten Vorgänge in den verschiedenen Bereichen, man muss ihn bei Fragen an Kollegen verweisen oder zurückrufen, Werbeaktionen können nicht durchgehend auf das Kaufverhalten der Kunden abgestimmt sein usw. Das ist ganz schlecht. Ihre neue Software sollte möglichst alle Arbeitsbereiche integrieren. Vor allem eine gemeinsame einzige Adressdatei für alles ist eine zentrale Voraussetzung für ein gutes CRM (Kundenkontaktmanagement).

Robuster Alltagsbetrieb ohne Computerspezialisten oder Datenbankadministration

Die Software soll ohne einen Computerspezialisten im Alltag robust laufen. Auch wenn Sie einen Computerspezialisten haben, ist er nicht immer verfügbar, vielleicht gerade im Urlaub. Die verwendete Datenbank soll, einmal installiert, „vergessen“ werden können, ohne dass gelegentliche Datenbankadministration nötig ist. Diese Eigenschaften bestimmen auch das „Total Cost of Ownership“ einer Software mit.

Verfügbarkeit von Informationen

Mit einfach zur Verfügung stehenden Informationen können Sie besser strategische Entscheidungen treffen. Außerdem wird die Kommunikation mit den Kunden einfacher. Wenn Sie mit einem Kunden sprechen, sollten Sie alle Informationen zu diesem Kunden sehen können, z.B. seine bisherigen Käufe, seine laufenden Aufträge, seine Rechnungen und Zahlungen, eine Kontakthistorie zu diesem Kunden. Vielfältige Informationen müssen auf einfache Weise und in gut verständlicher Darstellung fertig abgerufen werden können, z.B. Umsatzanalysen zu Artikeln oder Adress-Selektionen nach Adress-Merkmalen und Kaufverhalten. Darüber hinaus sollte es möglich sein, mit gängigen Programmen wie Microsoft Excel direkt Daten in der Software zu öffnen und so spontan beliebige Listen / Auswertungen daraus zu erstellen, ohne dass Sie dazu jeweils den Softwarelieferanten mit einer Programmierung beauftragen müssen.

Fortwährender Service

Von der Softwarefirma werden Sie abhängig sein, was Support, Updates und Software-Weiterentwicklung betrifft. Deshalb ist es nötig, dass der Softwarelieferant stabil ist, schon lange im Markt ist, dort eine gute Position hat und aller Voraussicht nach auch in zukünftigen Jahren haben wird.

Die Qualität und Schnelligkeit des Supports sind sehr wichtig. Die Softwarefirma soll möglichst viele Referenzadressen nennen können. Erkundigen Sie sich bei Referenzadressen nach der Zufriedenheit mit der Software und dem Support.

Es muss gewährleistet sein, dass der Softwarelieferant die Software stetig weiterentwickelt. Gute Hinweise darauf sind, wenn die Verlagssoftware das Hauptprodukt oder das einzige Produkt des Softwarelieferanten ist, wenn die Software bereits seit vielen Jahren bei vielen Verlagen im Einsatz ist, wenn die Anwender sich zufrieden äußern (Referenzliste !) und wenn der Anbieter laufend Updates liefert bzw. das letzte Update nicht schon ein oder zwei Jahre oder länger her ist. Der Softwarelieferant muss dem Produkt und den Kunden sein volles Engagement widmen.

Die Kosten

Eine Verlagssoftware ist eine sehr langfristige Investition. Es ist schwierig, die Kosten dem Nutzen gegenüberzustellen. Soweit sich der Nutzen in eingesparte Kosten und eingesparte Arbeitszeit umrechnen lässt, ist das bis zu einem gewissen Grad möglich. Aber die Verlagssoftware verändert auch Ihre Arbeitsweisen, sie entlastet von zeitraubenden unproduktiven Routinearbeiten und bietet dafür vielleicht tolle neue Möglichkeiten für das Marketing, für statistische Analysen, für besseren Kundenkontakt. Solche Dinge lassen sich in ihrer Auswirkung auf Ihr Unternehmensergebnis, wenn überhaupt, dann nur schätzen. Eine gute Verlagsoftware hilft Ihrem Verlag, effektiver zu sein, und zu wachsen. Kaufen Sie für die Zukunft, eine Software, die auch nach Jahren noch Ihren Anforderungen entspricht.

Zu den Kosten für den Softwarekauf oder die Softwaremiete hinzu kommen Kosten für die Übernahme von Daten aus Ihrer bisherigen Software, für die Installation und für die Schulung Ihrer Mitarbeiter. Deshalb ist es auch wichtig, dass Sie wie oben beschrieben die für Sie passende Software auswählen, dass die Software leicht zu bedienen / leicht zu erlernen ist und dass Sie mit dem Softwarelieferanten eine langfristige Zusammenarbeit eingehen können, damit Sie diesen zeitlichen und finanziellen Aufwand nicht nach wenigen Jahren noch einmal machen müssen.