



Pressemitteilung

Verbraucher lehnen Software-Abonnements ab

Aktuelle Umfrage von Corel in Deutschland gibt Aufschluss über das Kaufverhalten im Bereich Software

München, 15. Mai 2013 – Konsumenten in ganz Deutschland kaufen Anwendungssoftware am liebsten im Internet. Software zu mieten statt zu kaufen kommt dagegen für sie nicht in Frage. Dies ergab eine aktuelle Umfrage, die vom Softwarehersteller [Corel](#) beim Marktforschungsinstitut [INNOFACT AG](#) in Auftrag gegeben wurde. In der repräsentativen Umfrage wurden über 1.000 Personen in Deutschland befragt, auf welche Art und Weise sie ihre Softwareprodukte bevorzugt beziehen. Corel wollte wissen, wie die breite Bevölkerung gegenüber dem reinen Download der Software, dem Bezug von Boxen, in denen die Software in einer Verpackung mit CD oder DVD liegt, bzw. einem Abonnement, bei dem die Software gemietet wird, eingestellt ist und welche Gründe Verbraucher dafür oder dagegen anführen.

Ergebnisse der Umfrage

Eines der Hauptergebnisse ist der breite Wunsch, Software physisch zu besitzen: 62 Prozent der Befragten entschieden sich beim letzten Kauf von Anwendungssoftware für ihren PC oder Laptop für ein Boxprodukt. Auch beim nächsten Softwarekauf möchten sie ihren Erwerb in der Hand halten können. 35 Prozent wollen dafür ihre Box am liebsten über das Internet bestellen, ein Viertel der Befragten geht lieber in den Fachhandel. Ein Drittel (33 Prozent) gibt sich mit einem elektronischen Software-Download zufrieden, bei dem sie zwar keine Box besitzen, die Software nach dem Kauf aber dauerhaft nutzen können. Einem Software-Abonnement stehen die Consumer-Kunden dagegen noch skeptisch gegenüber: Nur 1 Prozent wollen derzeit Software aus der Cloud mieten oder abonnieren. Als wichtigsten Grund nennen sie dafür, dass sie sich ungerne zu einer fortlaufenden Zahlung verpflichten wollen (87 Prozent). Dreiviertel der Befragten sehen es zudem als großen Nachteil an, die Software nach Ablauf oder Kündigung des Abonnements nicht weiter nutzen zu können.

Die unbekannte Cloud

Dass Software-Abo- bzw. Mietmodelle bei den Verbrauchern derzeit noch wenig beliebt sind, zeigt auch die allgemeine Verwirrung um den Begriff „Cloud“. Fast die Hälfte aller Befragten (43 Prozent) gibt an, dass sie nicht verstehen, was Unternehmen meinen, wenn sie von der „Cloud“ sprechen.

Corel lässt seinen Kunden weiterhin die Wahl

„Die von uns in Auftrag gegebene Umfrage belegt, dass das Abomodell aus der Cloud für Verbraucher noch nicht angestrebt wird. Zwar ist bei immer mehr Unternehmenskunden und professionellen Anwendern ein deutlicher Trend in

Richtung Cloud zu sehen, aber wir erkennen auch, dass es noch Zeit braucht, bis unsere Consumer-Kunden bereit sind, Software zu mieten und in der Cloud zu nutzen“, erklärt Elke Steiner, Geschäftsführerin der Corel GmbH. „Im Vergleich zu anderen Herstellern in der Branche, wollen wir unseren Kunden nicht vorschreiben, wie sie ihre Software kaufen sollen. Deshalb wird unsere Strategie weiterhin sein, unseren Kunden ob im Lizenz- oder Consumer-Bereich beim Software-Kauf die volle Auswahl zu lassen – Box, Download oder Cloud.“

Die einzelnen Ergebnisse der Umfrage im Überblick

- **Bezugsart der Software**
 - 35 Prozent der Befragten bevorzugen es, ein physisches Produkt online direkt beim Hersteller oder bei einem Onlinehändler zu bestellen.
 - Genau ein Drittel der Befragten (33 Prozent) bevorzugen einen elektronischen Software-Download.
 - Ein Viertel (25 Prozent) der Befragten gaben an, ein physisches Box-Produkt in einem Geschäft oder Fachhandel zu erwerben.
 - Nur 1 Prozent der Befragten will eine Software mieten und dafür monatliche oder jährliche Raten zahlen.

- **Gründe gegen ein Mietmodell für Softwarelösungen**
 - 87 Prozent geben an, sich ungern für eine fortlaufende Zahlung zu verpflichten.
 - Wenn das Abo ausläuft, wollen Dreiviertel der Befragten (75 Prozent) nicht die Möglichkeit verlieren, die mit dem Software-Programm bearbeiteten Dateien weiterzuverwenden.
 - 65 Prozent der Befragten glauben, sie bezahlen mehr für das Abo einer Software als im Einzelkauf.

- **Kaufverhalten der Befragten**
 - Fast alle Befragten (93 Prozent) erkundigen sich über Produkte und Preise im Internet, bevor sie Software kaufen.
 - Für 84 Prozent ist es wichtig, die Wahl zu haben, in welcher Form sie die Software beziehen können.
 - Mehr als zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) lassen sich von Kundenrezensionen in ihrer Kaufentscheidung beeinflussen.

Eine Grafik zur Umfrage können Sie [hier](#) herunterladen.

Methoden der Erhebung

Für die Umfrage wurden 1.009 Personen in Deutschland im Alter von 18 - 69 Jahren befragt. Die im Hinblick auf Geschlecht, Alter und Region bevölkerungsrepräsentative Erhebung wurde vom Marktforschungsinstitut INNOFACT AG im Mai 2013 durchgeführt und ausgewertet.

Bei Veröffentlichung wird um ein Belegexemplar gebeten.

Pressekontakte:

Schwartz Public Relations
[Sven Kersten-Reichherzer](#)

Sendlinger Straße 42 A
80331 München
Tel: +49 89 211871-36
E-Mail : sk@schwartzpr.de

Über Corel

Corel ist ein weltweites Softwareunternehmen mit einigen der bekanntesten Grafik, Produktivitäts- und Digitalmedien-Produkte der Branche. Mit seinem umfassenden Portfolio innovativer Software-Produkte hat sich Corel einen Namen für einfach zu erlernende und einfach zu benutzende Lösungen gemacht, die den Anwendern helfen, kreativer und produktiver zu arbeiten. Corel hat für seine Produkte Hunderte von Auszeichnungen erhalten.

Zu den weltweit von Millionen von Anwendern genutzten Produkten von Corel zählen CorelDRAW® Graphics Suite, Corel® Painter®, CorelCAD™, Corel® PaintShop® Pro, Corel® VideoStudio® und Corel® WordPerfect® Office. Weitere Informationen zur Corel Corporation finden Sie auf www.corel.com

© 2013 Corel Corporation. Alle Rechte vorbehalten. Corel, das Corel-Logo, das Corel Ballon-Logo, CorelDRAW, Corel DESIGNER, PaintShop, Painter, PHOTO-PAINT, VideoStudio und WordPerfect sind Marken oder eingetragene Marken der Corel Corporation bzw. ihrer Tochtergesellschaften. Alle anderen hier aufgeführten Namen bzw. eingetragenen oder nicht eingetragenen Marken dienen lediglich dem Zweck der Identifizierung und verbleiben im ausschließlichen Besitz der jeweiligen Eigentümer.