

SCHRITT-FÜR-SCHRITT-ANLEITUNG:

SO BERECHNEN SIE DEN ROI VON MARMIND



Einleitung

WOZU DEN ROI BERECHNEN?

Die Anschaffung einer Businesssoftware will gut überlegt sein: Schließlich kostet eine Investition dieser Art nicht nur Geld, sondern ist in der Regel zu Beginn auch mit Personalaufwand verbunden.

Einerseits müssen Mitarbeiter geschult werden, andererseits geht die Einführung einer neuen Anwendung oftmals mit einem Change-Prozess einher.

Bei der Auswahl einer passenden Software sollte daher nicht nach Bauchgefühl entschieden werden, ob sich die Investition bezahlt macht. Viel aufschlussreicher sind Kennzahlen wie die Amortisationsdauer oder der Return on Investment (ROI).

Bei beiden Kennzahlen handelt es sich um eine Annäherung, da der Nutzenrückfluss einer Investition von verschiedenen harten und weichen Faktoren abhängt, die im Vorhinein schwer zu quantifizieren sind. Nichtsdestotrotz ist der ROI ein guter Indikator dafür, ob sich eine Anschaffung tatsächlich lohnt.

INHALTSVERZEICHNIS

Schritt 1: Den Nutzen einer Softwareinvestition abschätzen	05
Schritt 2: Zu erwartende Nutzungsdauer ermitteln	14
Schritt 3: Die Bereinigung des Bruttonutzens um Risikokomponenten	16
Schritt 4: Total Cost of Ownership (TCO) berechnen	19
Schritt 5: ROI berechnen	21



Ausblick

DAS ERWARTET SIE IN DIESER ANLEITUNG

Um den ROI einer Software ermitteln zu können, sind im Wesentlichen die folgenden fünf Schritte notwendig:

- Nutzenrückfluss abschätzen
- Zu erwartende Nutzungsdauer abschätzen
- Bruttonutzen um Risikokomponenten bereinigen
- Total Cost of Ownership berechnen
- ROI berechnen

Zur Erinnerung: Der ROI misst, wie groß der Ertrag einer Investition im Verhältnis zum investierten Kapital ist. Er stellt also den erwirtschafteten Gewinn und das eingesetzte Kapital gegenüber.

Im Folgenden zeigen wir Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie den ROI von MARMIND für Ihren konkreten Anwendungsfall berechnen können.

Denn wie groß das Einsparungspotenzial tatsächlich ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab, die von Unternehmen zu Unternehmen stark variieren. Damit Sie

den Nutzen realistisch abschätzen können, gehen wir im ersten Schritt näher auf die typischen Nutzeneffekte von MARMIND ein.

Am Ende jedes Schrittes erwartet Sie eine Aufgabe mit einem anschaulichen Rechenbeispiel, sodass Sie den ROI von MARMIND ganz leicht berechnen können. Los geht's!

Schritt 1:

DEN NUTZEN EINER SOFTWAREINVESTITION ABSCHÄTZEN

Beginnen wir mit dem schwierigsten Teil der Aufgabe: Der Abschätzung des Nutzens der Anschaffung. Der Nutzen einer Softwareinvestition setzt sich aus verschiedenen harten und weichen Effekten zusammen, die je nach Anwendungsfall eine Rolle spielen und unterschiedlich zu gewichten sind.

Überlegen Sie sich dazu, welche konkreten Veränderungen mit dem Einsatz einer Marketing-Resource-Management-Lösung wie MARMIND in Ihrem Unternehmen einhergehen werden. Erwarten Sie sich, die strategischen Unternehmensziele besser erreichen zu können, da mehr Transparenz im Marketing herrscht? Rechnen Sie mit Effizienzsteigerungen, da mit MARMIND der Verwaltungsaufwand sinkt und Prozesse professionalisiert werden? Haben Sie vor, mehrere Insellösungen durch MARMIND abzulösen und so Kosten einzusparen?

Eine solche Abschätzung der Nutzenrückflüsse vor der Einführung einer Lösung ist nicht ganz einfach – deswegen gehen wir im Folgenden auf einige Nutzeneffekte ein, die MARMIND typischerweise mit sich bringt.



STRATEGIEERREICHUNG DURCH MEHR ÜBERSICHT UND TRANSPARENZ IM MARKETING

Da mithilfe von MARMIND alle Ressourcen auf einer zentralen Plattform verwaltet werden können, herrscht Übersicht und Transparenz im Marketing. Die Mitarbeiter in der Firmenzentrale sind bestens mit ihren Kollegen in den verschiedenen Niederlassungen abgestimmt.

Dies führt in Folge dazu, dass die Marketingstrategie besser umgesetzt werden kann. Daraus ergeben sich wiederum andere positive Effekte, wie ein Anstieg von Gewinn, Umsatzerlösen, Marktanteilen, Wachstum, Kontinuität und Zukunftsfähigkeit.



PROFESSIONELLERE UND DURCHGÄNGIGE PROZESSE

MARMIND wurde speziell dafür entwickelt, komplexe Prozesse in großen Marketingabteilungen abzubilden. Die Einführung eines solchen Systems führt daher nicht nur zu einer Professionalisierung, sondern auch zu einer Integration der Prozesse im Marketing, sodass Durchgängigkeit erzielt wird. Typische Zeitfresser im Marketing wie die Planung und Verwaltung von Budgets auf verschiedenen Hierarchieebenen, das Erfassen von Ausgaben, oder Freigabeprozesse sind danach digital abgebildet und somit nicht nur weniger fehleranfällig, sondern auch weitaus effizienter.



ZEITERSPARNIS

Zeitersparnis ist ein wesentlicher Effekt, der sich auch leichter beziffern lässt. Unsere bisherige Erfahrung zeigt, dass der zeitliche Aufwand für wiederkehrende Tätigkeiten wie z. B. Freigabeprozesse nach der Einführung unserer Software im Durchschnitt um 1,5 bis 8 % sinkt.

Doch nicht nur Freigabeprozesse können mit MARMIND wesentlich effizienter abgewickelt werden. Wie oben bereits beschrieben, dient MARMIND dazu, durchgängige Prozesse im Marketing zu schaffen, wodurch der Abstimmungsaufwand insgesamt drastisch sinkt. Anstatt unzählige E-Mails im Team hin- und herschreiben, finden Abstimmungen auf einer zentralen Plattform und direkt im betreffenden Kontext statt. Wiederkehrende Workflows können digital abgebildet und auf Knopfdruck in Gang gesetzt werden.

Auch der Aufwand für die Dokumentenpflege reduziert sich stark: Überlegen Sie nur, wie viele Excel- und PowerPoint-Dateien Sie und Ihre Mitarbeiter erstellen und laufend aktualisieren müssen. Mit MARMIND können die meisten dieser Dokumente in der Regel abgelöst werden. Kampagnenpläne, Briefings, Budgets, Kosten, Kampagnenergebnisse, Reporting – all das wird nun auf einer zentralen Plattform erstellt und verwaltet.

Ein Nebeneffekt, der oft zu beobachten ist: Da sich der Verwaltungsaufwand wesentlich verringert, steigt auch die Produktivität, da sich die Mitarbeiter auf ihre Kernaufgaben konzentrieren können.



REDUKTION DER KOMPLEXITÄT

Mit der Professionalisierung der Marketingprozesse sinkt auch ihre Komplexität. Zudem werden Aufgaben auf einer zentralen Plattform erstellt, verteilt, diskutiert und als erledigt markiert. Dateien werden zentral abgelegt und automatisch versioniert, sodass keine Missverständnisse entstehen können. Kampagnen-, Budget- und Trackingdaten sind nicht mehr über mehrere Excel-Sheets verteilt, sondern zentral abrufbar.



ELIMINIERUNG VON FEHLERQUELLEN & SENKUNG DER KOSTEN

Eine Reihe von Fehlerquellen kann mithilfe von MARMIND eliminiert werden: Daten werden z. B. nicht mehr manuell in Excel gepflegt, sondern direkt über einen Upload oder eine Schnittstelle ins System importiert. Standardisierte und automatisierte Prozesse sorgen dafür, dass keine Werbemittel produziert werden, die nicht freigegeben wurden, und somit keine unnötigen Kosten entstehen.

Im Cockpit können Marketingmaßnahmen laufend überwacht und korrigiert werden, sodass Budget dort investiert wird, wo es den höchsten ROI bringt. Auch dies führt zu Kosteneinsparungen, da Ausgaben für Kampagnen oder einzelne Maßnahmen, die nicht den gewünschten Effekt erzielen, rechtzeitig gesenkt werden können.



GANZHEITLICHE STEUERUNG IM MARKETING

Im Gegensatz zu anderen MRM-Systemen, die ihren Fokus auf die effiziente Zusammenarbeit großer Marketingteams legen, geht MARMIND einen essenziellen Schritt weiter und zielt auf eine ganzheitliche Steuerung des Marketings. Dies wird ermöglicht, indem sämtliche Informationen, die zur Entscheidungsfindung im Marketing benötigt werden, zentral auf einer Plattform konsolidiert zur Verfügung gestellt werden.

MARMIND kombiniert dabei Plandaten mit Budgets und Kosten sowie Ergebnisse und Performancewerte aus unterschiedlichen Softwaresystemen des Unternehmens. So wird die relevante Datenbasis für einen ganzheitlichen Blick auf alle Marketingmaßnahmen geschaffen, um fundierte Erkenntnisse zu gewinnen.

Anders als BI-Tools, die lediglich eine Visualisierung von Ergebnissen ermöglichen, kombiniert MARMIND diese Daten mit Prozess- und Steuerungsfunktionen, um direkt den bestmöglichen nächsten Schritt zu setzen (z. B. Optimierung des Media-Mix, Investments, To-dos, Workflows etc.).

Dadurch können Marketingabteilungen Optimierungspotenziale leichter erkennen und direkt in erzielbare Verbesserungen umwandeln. Durch den optimalen Einsatz aller Marketingressourcen (z. B. Investments, Aufwand, Multi-Channel-Maßnahmen etc.) erhalten MARMIND-Benutzer damit die Möglichkeit, den Output ihres Marketings (z. B. Steigerung der Bekanntheit, Performance, Anzahl der Leads, Höhe des Umsatzes etc.) zu optimieren.

Anstatt diese relevanten Daten aus verschiedenen Systemen manuell zusammenzuführen, werden die benötigten Systeme an MARMIND angebunden, sodass Daten nahtlos in das Gesamtmodell integriert werden können. Dies bedeutet beispielsweise, dass Marketingteams nicht auf die Übermittlung der Kosten aus der Finanzabteilung warten müssen, sondern diese direkt über eine Schnittstelle importieren können.

Ebenso können Performancedaten direkt über Schnittstellen in MARMIND abgerufen werden. Somit können Kampagnen laufend ausgewertet und optimiert werden. Um einen ganzheitlichen Einblick zu schaffen, können die wichtigsten Kennzahlen im Cockpit dargestellt werden. Das Cockpit wird somit zur zentralen Steuereinheit für die Marketingleitung.

Der Nutzenrückfluss, der sich aus dieser ganzheitlichen Steuerung ergibt, macht sich in der Regel im zweiten Jahr nach der Einführung von MARMIND signifikant bemerkbar, weil dazu schrittweise die relevanten Softwaresysteme des Unternehmens angebunden werden müssen.

ERHÖHTE MITARBEITERMOTIVATION

Anstatt weiterhin Excel-Sheets zu pflegen, erhält das Marketingteam ein benutzerfreundliches Tool, das einfach zu verstehen und zu handhaben ist. Es handelt sich nicht um eine zweckentfremdete Lösung, sondern um eine speziell auf die Bedürfnisse von Marketern zugeschnittene Software.

Der Wegfall vieler manueller Arbeitsschritte führt dazu, dass mehr Zeit für kreative Aufgaben bleibt, was sich positiv auf die Motivation auswirkt.





VERRINGERUNG DER ANZAHL VON SYSTEMEN

MARMIND deckt im Gegensatz zu anderen MRM-Lösungen nicht nur die Bereiche Kampagnenplanung, Asset-Management und Kollaboration, sondern auch andere wesentliche Aufgabenbereiche im Marketing ab: Budgetplanung, Ausgabenerfassung, Projektmanagement, Auswertung von Ergebnissen und Reporting. Somit können zahlreiche kleinere Insellösungen abgelöst werden.



BESSERE USABILITY UND GERINGERER SCHULUNGSBEDARF

Anstatt Systeme wie Jira und Confluence zweckentfremdet im Marketing einzusetzen, erhalten die Marketingmitarbeiter ein benutzerfreundliches MRM-System, das speziell für ihre Bedürfnisse entwickelt wurde. Der Dokumentations- und Schulungsbedarf sinkt dadurch.

Überlegen Sie sich nun, welche Effekte mit einer hohen Wahrscheinlichkeit eintreten werden. Was hat Sie dazu bewogen, die Anschaffung einer MRM-Lösung anzudenken? Welche Prozesse wollen Sie damit verbessern?

Tip: Machen Sie sich nicht verrückt, indem Sie versuchen, alle möglicherweise eintretenden Effekte in der Berechnung zu berücksichtigen. Konzentrieren Sie sich lieber auf ein paar Haupteffekte und beziffern Sie diese konkret.

Sobald Sie die Nutzeneffekte festgemacht und konkret beziffert haben, gilt es, etwaige **Multiplikator- und Synergieeffekte** zu ermitteln. Überlegen Sie dazu, ob sich die Neueinführung auch auf andere Abteilungen oder Unternehmensprozesse positiv auswirken könnte.

Auch hier wird der jährlich anfallende Nutzenwert berechnet. Sobald Sie die wichtigsten Effekte festgemacht haben, versuchen Sie den Nutzen konkret zu beziffern. Berechnen Sie dabei den Nutzenrückfluss **pro Jahr**.

Bestimmt gibt es besonders fehleranfällige Prozesse oder besonders aufwändige Aufgaben in Ihrem Marketingteam. Wie hoch ist das Einsparungspotential, das sich aus der Eliminierung der Fehlerquellen ergibt?

Wie viel Zeit sparen sich Ihre Mitarbeiter, wenn bestimmte Aufgaben wie z. B. die Aufbereitung von relevanten KPIs für das Reporting automatisiert ablaufen?

Wenn Sie den ROI und insbesondere die Amortisationsdauer von MARMIND genauer berechnen wollen, wenden Sie sich an uns.

Wir helfen Ihnen gerne bei der Erstellung Ihrer individuellen Kalkulation.

[TERMIN VEREINBAREN](#)

Aufgabe 1

NUTZENRÜCKFLUSS ABSCHÄTZEN

Schätzen Sie als erstes den Nutzen der geplanten Investition ab. Wählen Sie die für Ihren Anwendungsfall wichtigsten Effekte und beziffern Sie diese konkret.

Überlegen Sie sich anschließend, ob Multiplikator- und Synergieeffekte zu erwarten sind und beziffern Sie diese ebenfalls. Berechnen Sie in beiden Fällen den jährlich anfallenden Wert.



Rechenbeispiel:

Das Unternehmen XYZ überlegt, MARMIND einzuführen, um die Professionalität und Effizienz im Marketing zu steigern. Um den ROI zu kalkulieren, wird der Nutzenrückfluss aus den wesentlichsten Effekten berechnet.

A Zeitersparnis und Effizienzsteigerung dank professionellerer Prozesse:

Mithilfe von MARMIND sollen sämtliche Prozesse im Marketing standardisiert und digitalisiert werden. Der Freigabeprozess verkürzt sich dadurch enorm, ist weniger fehleranfällig und kann auch bei flächendeckendem Homeoffice wie gewohnt weiterlaufen. Der Content-Erstellungsprozess erfordert weniger Abstimmungsaufwand und Fristen können dank der standardisierten Abläufe besser eingehalten werden.

Es wird angenommen, dass der Arbeitsaufwand in Folge so stark sinkt, dass jeder Mitarbeiter im Marketing eine halbe Stunde pro Tag an Zeit einsparen kann.

Bei der Berechnung wird davon ausgegangen, dass jeder Mitarbeiter abzüglich gesetzlicher Feiertage 20 Tage im Monat arbeitet. Abzüglich Urlaube, Krankenstände und Tage, an denen nicht mit MARMIND gearbeitet wird, wird mit rund 10 Monaten Arbeit im Jahr gerechnet. Somit wird MARMIND pro Mitarbeiter an 200 Tagen im Jahr genutzt.

Bei 35 Mitarbeitern mit einem Stundensatz von durchschnittlich 35 Euro und einer Zeitersparnis von 0,5 Stunden an rund 200 Arbeitstagen im Jahr beläuft sich das jährliche Einsparungspotenzial auf 122.500 Euro.

B Ablöse von veralteten und zweckentfremdeten Anwendungen:

Da MARMIND wesentliche Funktionen abdeckt, die bisher mithilfe von zweckentfremdeten Systemen mühsam abgebildet werden mussten, rechnet man damit, mehrere Insellösungen ablösen zu können. Die Kostenersparnis durch die wegfallenden Lizenzgebühren wird mit 2.200 Euro pro Monat beziffert, woraus sich eine jährliche Ersparnis von 26.400 Euro ergibt.

A

NUTZENRÜCKFLUSS A:
122.500 €

B

NUTZENRÜCKFLUSS B:
26.400 €

C Ganzheitliche Steuerung im Marketing:

Die Anbindung von Systemen wie SAP und Acoustic ermöglicht den nahtlosen Import von Daten, um das Cockpit in MARMIND immer auf dem aktuellsten Stand zu halten. Somit können einzelne Kampagnen oder Maßnahmen effizient ausgewertet und korrigiert werden. Die wichtigsten KPIs werden im Cockpit dargestellt und ermöglichen so den Blick auf das große Ganze.

Dadurch erhofft sich das Unternehmen Wettbewerbsvorteile, da das Marketing besser gesteuert und man somit schneller auf Marktveränderungen reagieren kann. Dieses Potenzial wird von der Marketingleitung mit 5.000 Euro an zusätzlichen Erlösen pro Monat beziffert, sodass der jährliche Nutzenrückfluss 60.000 Euro beträgt.



MARMIND[®]
PLANS
BUDGETS
RESULTS
FULL CONTROL

SEAMLESS WORKFLOWS ACROSS
POINT SOLUTIONS AND TEAMS

C

NUTZENRÜCKFLUSS C:
60.000 €

Schritt 2:

ZU ERWARTENDE NUTZUNGSDAUER ERMITTELN

Im zweiten Schritt wird ermittelt, welche Nutzungsdauer nach erfolgreicher Implementierung zu erwarten ist.

Bei MARMIND handelt es sich um eine vollumfängliche MRM-Lösung mit hoher Funktionstiefe, die äußerst komplexe Unternehmensprozesse und Strukturen abbilden kann.

Die Implementierungsdauer liegt daher je nach Unternehmensgröße in der Regel zwischen zwei und zwölf Monaten. Für unser Rechenbeispiel gehen wir von einer Nutzungsdauer von fünf Jahren aus.

Da MARMIND sowohl intern als auch auf Kundenwunsch laufend weiterentwickelt wird, können Sie im Idealfall jedoch von einer höheren Nutzungsdauer ausgehen.



AUFGABE 2

Nutzungsdauer

Schätzen Sie die Nutzungsdauer der Software in Jahren ab. Bei einem guten MRM-System wie MARMIND können Sie mit einer Lebensdauer von mindestens 5 Jahren rechnen.

Nun können Sie die Bruttowertschöpfung der Anschaffung ermitteln, indem Sie die in Aufgabe 1 ermittelten jährlichen Nutzenrückflüsse addieren und mit der Anzahl der Jahre multiplizieren.



122.500 €

Jährlicher Nutzenrückfluss A



26.400 €

Jährlicher Nutzenrückfluss B



60.000 €

Jährlicher Nutzenrückfluss C

$$(122.500 \text{ €} + 26.000 \text{ €} + 60.000 \text{ €}) * 5 = 1.044.500 \text{ €}$$

Rechenbeispiel:

Das Unternehmen XYZ geht von einer Nutzungsdauer von 5 Jahren aus. Die **Bruttowertschöpfung** über einen Zeitraum von 5 Jahren lässt sich also wie folgt errechnen:

(Jährlicher Nutzenrückfluss A + jährlicher Nutzenrückfluss B + jährlicher Nutzenrückfluss C) *
Nutzungsdauer der Software in Jahren

Schritt 3:

DIE BEREINIGUNG DES BRUTTONUTZENS UM RISIKOKOMPONENTEN

Die Berücksichtigung von etwaigen Risiken in Verbindung mit Softwareprojekten führt zu einer eher konservativen und realistischen Bewertung des ROI. Um den Bruttonutzen zu bereinigen, berechnet man also, mit welcher Wahrscheinlichkeit das Projekt wie geplant durchgeführt werden kann.

Im Zusammenhang mit Softwareprojekten kann es vorkommen, dass:

- sich übertriebener Optimismus im Projektteam breitmacht (Optimism Bias),
- die Anforderungen nicht ausreichend definiert wurden,
- der Funktionsumfang der Software im Hinblick auf die Anforderungen nicht ausreichend geprüft wurde,
- eine Schlüsselkraft im Projekt das Unternehmen verlässt,
- Budgetkürzungen vorgenommen werden müssen, oder
- während der Einführung entstandene Unternehmensprozesse nicht adäquat abgebildet werden können.

Überlegen Sie sich, welche Risiken für Ihr Unternehmen relevant sein könnten. Wurde der Nutzenrückfluss womöglich zu optimistisch bewertet? Ziehen alle Beteiligten an einem Strang oder gibt es Mitarbeiter, die als Blockierer wirken, da sie die Software nicht täglich verwenden und ihnen der Initialaufwand, der zum Erlernen des Programms notwendig ist, zu hoch erscheint?

Bei der Bereinigung des Bruttonutzens um Risikokomponenten geht es im Wesentlichen darum, sich bewusst zu machen, dass Projekte in der Regel zu optimistisch eingeschätzt werden und entgegenzusteuern, indem der errechnete Nutzen verringert wird.

Unter Berücksichtigung der verschiedenen Risikofaktoren könnten Sie zu dem Schluss kommen, dass das Softwareprojekt nur 75 % zu den erwarteten Steigerungen beiträgt.



Aufgabe 3 RISIKOANALYSE

Überlegen Sie, welche Risikofaktoren für Ihr Unternehmen relevant sein könnten und beziffern Sie das Gesamtprojektrisiko mit einem Prozentsatz. Seien Sie dabei eher konservativ und berücksichtigen Sie, dass der Erfolg des Projektes womöglich zu optimistisch eingeschätzt wurde.



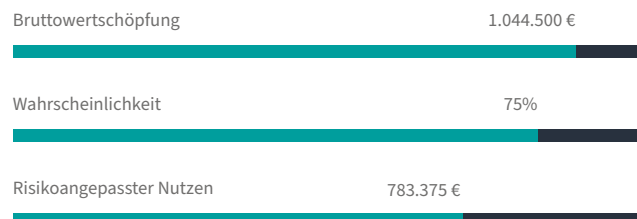
Errechnen Sie nun den **risikoangepassten Nutzen** mittels folgender Formel:
 Risikoangepasster Nutzen = Bruttowertschöpfung * Risikofaktor

Rechenbeispiel:

Die Führungsebene im Unternehmen XYZ gelangt nach ausführlichen Analysen zu der Einschätzung, dass die Nutzeneffekte äußerst optimistisch eingeschätzt wurden.



Es wird angenommen, dass die Einführung von MARMIND mit einer 75-prozentigen Wahrscheinlichkeit ein Erfolg wird. Daraus lässt sich der risikoangepasste Nutzen wie folgt errechnen: **1.044.500 € * 75 % = 783.375 €**



Schritt 4:

TOTAL COST OF OWNERSHIP (TCO) BERECHNEN

Bald haben Sie es geschafft! Doch bevor der ROI berechnet werden kann, gilt es noch die Gesamtkosten für die Verwendung von MARMIND über die zu erwartende Nutzungsdauer zu berechnen. Berücksichtigen Sie hierzu sämtliche Kosten im Zusammenhang mit der Einführung und laufenden Verwendung und schätzen Sie ein, welche zusätzlichen Services Sie in Anspruch nehmen wollen.

Wollen Sie die Software individualisieren oder haben Sie vor, den Standard zu verwenden? Wollen Sie zusätzliche Beratungsleistungen und Schulungen in Anspruch nehmen? Wollen Sie Schnittstellen entwickeln lassen, die standardmäßig nicht zur Verfügung stehen?

Tipp:

Diesen Teil der Aufgabe übernehmen wir gerne für Sie! Buchen Sie sich einfach einen kostenlosen Termin über unseren Kalender und wir ermitteln gemeinsam mit Ihnen den TCO für die für Ihr Unternehmen passende Variante von MARMIND.

[TERMIN VEREINBAREN](#)

Aufgabe 4

TCO VON MARMIND ERMITTELN

Berechnen Sie den TCO von MARMIND entsprechend der Variante, die für Ihr Unternehmen am geeignetsten erscheint. Berücksichtigen Sie dabei vor allem die Zusatzleistungen, die Sie in Anspruch nehmen wollen.



72.280 € Kosten im 1. Jahr + 37.680 € Kosten pro Jahr für 4 Folgejahre = 223.000 €

Rechenbeispiel:

Das Unternehmen XYZ kommt aufgrund seiner Anforderungen und Unternehmensgröße zum Schluss, dass die Professional-Variante vom MARMIND am besten geeignet ist. Gemeinsam mit dem zuständigen Ansprechpartner von MARMIND werden die Kosten im ersten Jahr mit 72.280 Euro beziffert.

Ab dem 2. Jahr entstehen laufende Kosten in der Höhe von 37.680 Euro pro Jahr. Daraus ergibt sich der **Total Cost of Ownership** bei einer Nutzungsdauer von 5 Jahren wie folgt: 72.280 € Kosten im 1. Jahr + 37.680 € Kosten pro Jahr für 4 Folgejahre = 223.000 €

Schritt 5: ROI BERECHNEN

Prima! Die schwierigen Aufgaben haben Sie nun gelöst. Jetzt geht's ans Eingemachte!

Aufgabe 5

Ermitteln Sie nun den ROI der geplanten Anschaffung:
(Risikoangepasster Nutzen / TCO - 1) * 100 %

Rechenbeispiel:

Das Unternehmen XYZ ermittelt den ROI von MARMIND wie folgt:
 $(783.375 \text{ €} / 223.000 \text{ €} - 1) * 100 = 251,3 \%$

Der ROI über die gesamte Nutzungsdauer beträgt 251,3 % und somit rund 50 % pro Jahr.



Gratulation! Sie haben es bis zum Ende geschafft und den ROI Ihrer geplanten Investition berechnet. Nun verfügen Sie über eine valide Entscheidungsgrundlage, um sich für oder gegen einen Kauf zu entscheiden. Sie wollen zusätzlich noch wissen, wann sich die Anschaffung amortisiert?

Jetzt wo Sie den ROI für die Gesamtlaufzeit berechnet haben, können Sie auch ganz einfach die Amortisationsdauer abschätzen. Wie das geht, zeigen wir Ihnen hier noch schnell in einem zusätzlichen Rechenbeispiel:

Aufgabe 6

AMORTISATIONSDAUER ERMITTELN

Rechenbeispiel:

Das Unternehmen XYZ geht zum Zweck der Berechnung der Amortisationsdauer davon aus, dass die bereits berechneten Nutzenrückflüsse nach dem 7. Monat nach der Einführung von MARMIND eintreten.

Die Nutzenrückflüsse im ersten Jahr werden also nicht für das ganze Jahr, sondern nur für eine Dauer von 5 Monaten ermittelt:

$$(122.500 \text{ €} + 26.400 \text{ €} + 60.000 \text{ €}) / 12 * 5 = 87.042 \text{ €}$$



A

B

C

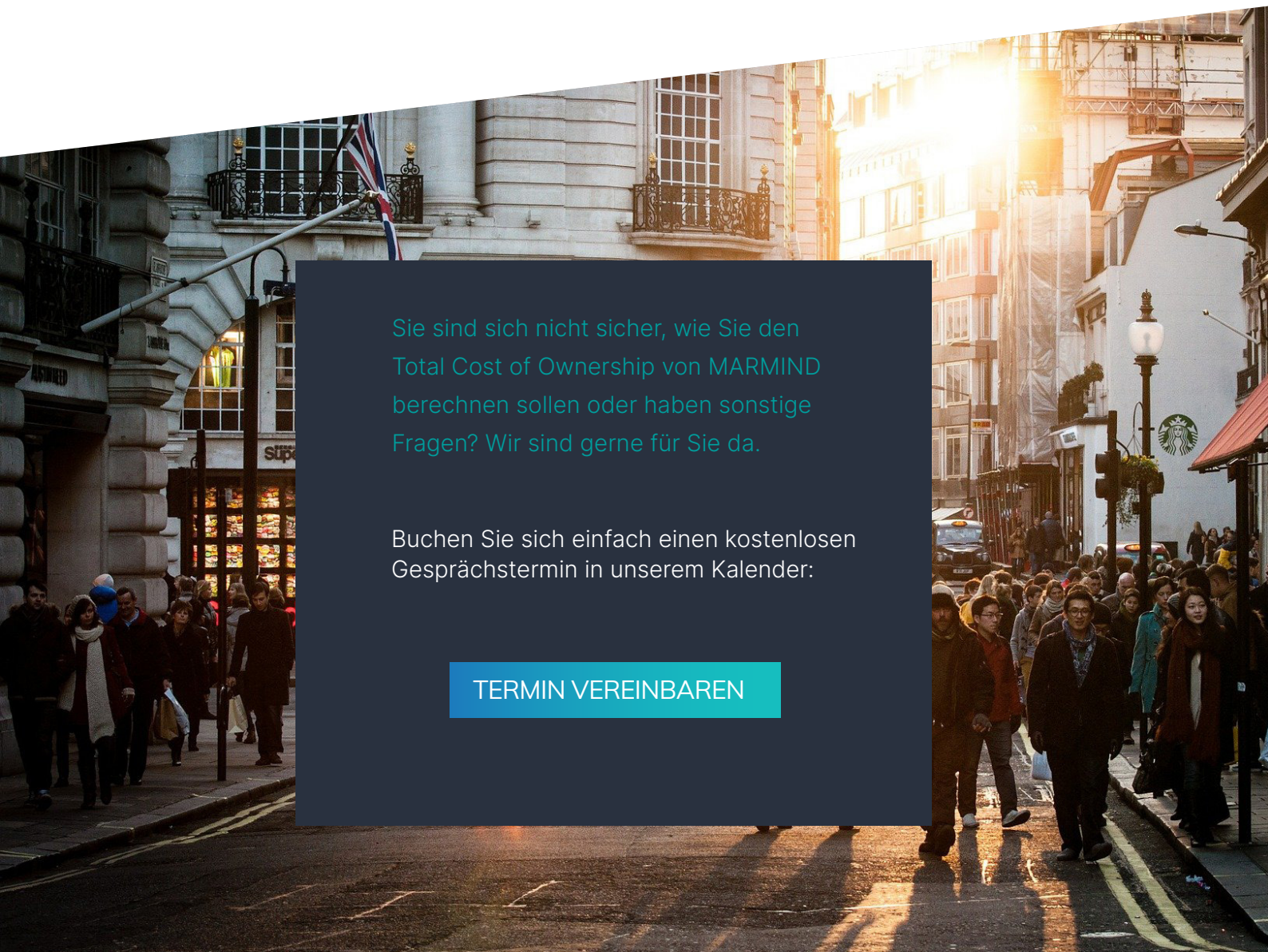
$$(122.500 \text{ €} + 26.400 \text{ €} + 60.000 \text{ €}) / 12 * 5 = 87.042 \text{ €}$$

Abzüglich des Risikofaktors von 25 % ergibt sich daraus ein risikobereinigter Nutzenrückfluss in der Höhe von rund 65.281 Euro.

Dies ergibt im ersten Jahr eine monatliche Einsparung von 13.056 Euro nach dem 7. Monat. Nun werden die Kosten für MARMIND im ersten Jahr anteilig berechnet. Diese belaufen sich bei einem Total Cost of Ownership von 223.000 Euro über die Nutzungsdauer von 5 Jahren auf 44.600 Euro.

$44.600 \text{ € jährliche Kosten MARMIND} / 13.056 \text{ € monatliche Einsparung} = 3,4 \text{ Monate bis zur Amortisation. Da davon ausgegangen wird, dass sich die Nutzeneffekte erst nach dem 7. Monat bemerkbar machen, amortisiert sich die Software nach insgesamt 10,4 Monaten.}$

Daraus ergibt sich eine Amortisationsdauer von rund 10 Monaten.



Sie sind sich nicht sicher, wie Sie den Total Cost of Ownership von MARMIND berechnen sollen oder haben sonstige Fragen? Wir sind gerne für Sie da.

Buchen Sie sich einfach einen kostenlosen Gesprächstermin in unserem Kalender:

[TERMIN VEREINBAREN](#)