

SUPERPOWERS INDEX:

Was prägt B2B-Entscheider aus der DACH-Region im KI-Zeitalter?

ÜBER DIE STUDIE

Der Superpowers Index ist die weltweit größte Studie zum B2B-Kaufverhalten. Seit 2021 wurden mehr als 16.000 Interviews durchgeführt, um die wandelnden Bedürfnisse und Entscheidungsprozesse von B2B-Käufern zu verstehen.

Im Jahr 2025 wurden erneut über 6.000 B2B-Entscheider befragt, darunter 2.206 aus der DACH-Region. Die Befragten stammten aus den Branchen Finanzdienstleistungen, Technologie, Professionelle Dienstleistungen und Herstellung.

UNSERE ERKENNTNISSE

ENTSCHEIDUNGSFAKTOREN

#1

IN DER DACH-REGION IST COMPLIANCE DER WICHTIGSTE FAKTOR BEI DER ANBIETERBEWERTUNG

Darauf folgen **Vertrauen** und **Thought Leadership**. Ebenfalls wichtige Entscheidungskriterien sind **Integrationsfähigkeit** und **Konsistenz**.

1

Einhaltung von Vorschriften, Gesetzen, Branchenstandards und ethischen Praktiken.

2

Ich habe ein gutes Gefühl dabei, einen Vertrag mit diesem Anbieter abzuschließen.

3

Gilt als Thought Leader in seiner Branche.

4

Lässt sich nahtlos in unsere Prozesse und Abläufe integrieren.

5

Liefert zuverlässig pünktlich und wie vereinbart.

Bei Großunternehmen zusätzlich wichtig:

Die Zusammenarbeit hilft mir, fachlich auf dem neuesten Stand zu bleiben und meine Karriere voranzubringen

Einfache und attraktive Produkte sowie Services

Klare Vision und aktiver Beitrag zu gesellschaftlicher Verantwortung

Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber

Für KMU besonders relevant:

Erfüllung der eigenen Qualitäts- und Funktionsanforderungen

MARKE

#2

EINE STARKE MARKE IST DIE GRUNDLAGE FÜR VERTRAUEN

Die drei wichtigsten Merkmale von Marken, bei denen Käufer sagen:
„Ich habe ein gutes Gefühl dabei, einen Vertrag mit diesem Anbieter abzuschließen.“

MARKENREPUTATION

„Die nachweisbare Erfolgsbilanz der Marke hat mir Sicherheit gegeben.“

MARKENPRÄSENZ

„Es war leicht, meine Kollegen von den Qualifikationen und Kompetenzen der Marke zu überzeugen.“

EMPFEHLUNGEN

„Ich habe positive Bewertungen über die Marke gelesen.“

#3

MEINUNGSBILDER GEWINNEN AN BEDEUTUNG

56%

der Käufer lassen sich bei ihren Entscheidungen von Meinungsbildnern, KOLs und Branchenexperten beeinflussen.

vs

35%

der Marketer glauben, Meinungsbilder und Branchenexperten bereits effektiv in ihrer Markenkommunikation einzusetzen.

ERLEBNIS

#4

BEI ERFOLGREICHEN MARKEN STEHT DER MENSCH IM MITTELPUNKT

1

Sie machen den Kundennutzen von Anfang an sichtbar.

2

Sie fördern Empfehlungen und Netzwerke durch positive Kundenerfahrungen.

3

Sie stärken persönliche Interaktionen.

4

Sie stellen Menschen in den Mittelpunkt, statt auf anonyme Kommunikation zu setzen.

5

Sie schaffen Vertrauen durch Transparenz.

6

Sie pflegen Beziehungen zu wichtigen Stakeholdern.

#5

EINFACHHEIT SCHAFFT DEN VORSPRUNG – DAZU ZÄHLT DER EINSATZ VON KI

KI verändert die Erwartungen an das Käuferlebnis:
Käufer erwarten schnellere, intelligenter und unkompliziertere Prozesse.

KI verändert B2B-Käufe:

28% nutzen KI regelmäßig

40% nutzen KI gelegentlich

DACH-Entscheider: Vorteile des KI-Einsatzes

Produkt- & Serviceinnovation

34

Schnellere Transaktionen

33

Lieferkettenoptimierung

33

Bessere Qualitätssicherung

32

24/7-Support

32

Niedrigere Kosten

32