

PRESSEMITTEILUNG

Softwareinnovationen vermarkten: Know-how-Abstand zwischen Herstellern und Anwendern wächst

Darmstadt, 23. Mai 2013 – Eine aktuelle Studie aus dem Software-Cluster widmet sich der Vermarktung von Softwareinnovationen. Durch beschleunigte Innovationszyklen wächst der Wissensabstand zwischen Herstellern und Kunden von Software – die Studie gibt Empfehlungen, wie das Marketing für Softwareinnovationen mit dieser Herausforderung umgehen kann.

Internet der Dinge und Dienste, Big Data, In-Memory-Computing – im Software-Markt herrschen schnelle Innovationszyklen, die regelmäßig neue Begrifflichkeiten mit sich bringen. Bis diese Neuerungen und ihre Auswirkungen bei den Anwendern ankommen, vergeht aber oft viel Zeit. Der Know-how-Abstand zwischen Herstellern und Anwendern von Software nimmt zu, wodurch sich für die Anbieter innovativer Softwareprodukte die Vermarktung erschwert. Die eigenen Softwareinnovationen erfolgreich zu kommunizieren wird zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor für Unternehmen.

Dies ist ein Kernergebnis der Studie „Marketing Innovative Software Products“ aus dem Software-Cluster, die jetzt kostenlos zum Download bereitsteht. Darin werden die Herausforderungen bei der Vermarktung von Softwareinnovationen analysiert und die Erfolgsfaktoren und Stolpersteine des Innovationsmarketings für Softwareprodukte identifiziert.

Dabei wurde der Schwerpunkt auf drei Aspekte gelegt:

- Die Einschätzung des veränderten Marktumfeldes aus Sicht der Softwareunternehmen
- Die Einflussfaktoren auf gelingendes oder scheiterndes Innovationsmarketing für Softwareprodukte
- Das Verhältnis von Marktorientierung und Innovationsfähigkeit in den Softwareunternehmen

Die Studie deckt einen Handlungsbedarf im Marketing auf: Dem Wissenstransfer zwischen Hersteller und Anwender, der Kommunikation des Produktmehrwertes (ROI) und der Klärung komplexer Begriffe gegenüber den Kunden werde oft noch zu wenig

PRESSEMITTEILUNG

Beachtung geschenkt. Ein besonderes Problem für Hersteller sei auch die Bereitstellung geeigneter Case Studies und die Vereinfachung der Marketing-Botschaft. Um den Kommunikationsprozess zu erleichtern empfiehlt die Studie u. a. die Kunden in die gesamte Wertschöpfungskette zu integrieren, wodurch auch der Entwicklungsprozess praxisorientierter gestaltet werden kann,

Die Studie baut auf der Befragung von 23 Software-Unternehmen auf, die über den Software-Cluster verbunden sind – sowohl große als auch mittlere und kleine Unternehmen, die jedoch alle durch eine große Innovativität gekennzeichnet sind.

Download der Studie: <http://www.software-cluster.org/de/aktuelles/studien>

(Zeichen: 2.538 inkl. Leerzeichen)

MEDIENKONTAKT

Bernd Hartmann · Pressesprecher · Software-Cluster Koordinierungsstelle

TU Darmstadt · Mornwegstraße 32 · 64293 Darmstadt

Phone +49 6151 16-75212 · Fax +49 6151 16-70921

E-Mail: bernd.hartmann@software-cluster.org

Twitter: <http://twitter.com/softwarecluster>

Facebook: <http://www.facebook.com/softwarecluster>

ÜBER DEN SOFTWARE-CLUSTER

Der Software-Cluster im Südwesten Deutschlands ist Europas "Silicon Valley für Unternehmenssoftware". In der Region rund um die Zentren der Software-Entwicklung Darmstadt, Kaiserslautern, Karlsruhe, Saarbücken und Walldorf arbeiten mehr als 100.000 Beschäftigte in über 11.000 Software-Unternehmen. Die Informatik-Fakultäten und Forschungseinrichtungen der Region erzielen regelmäßig Spitzenplätze in internationalen Rankings und sorgen für qualifizierten Nachwuchs. Seit 2007 wird der Cluster durch eine gemeinsame Strategie und Struktur verstärkt koordiniert, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und weiter zu steigern. Die zentrale Koordinierungsstelle des Software-Clusters hat ihren Sitz in Darmstadt, vier zusätzliche regionale Koordinierungsbüros arbeiten direkt mit den Unternehmen vor Ort. Zu den Zielen des Software-Clusters gehören die Förderung von Forschung und Entwicklung, Technologietransfer und Unternehmensgründungen, die Markenbildung und internationale Sichtbarkeit des Clusters sowie die Schaffung neuer Qualifizierungsangebote gegen den Fachkräftemangel. Als wesentliches Ergebnis dieser organisierten Bemühungen wurde der Software-Cluster im Jahr 2010 im Spitzencluster-Wettbewerb der Bundesregierung ausgezeichnet. In insgesamt vier Spitzencluster-Projekten kooperieren rund 40 Hauptakteure der deutschen Software-Industrie, darunter Deutschlands größte Software-Unternehmen, zahlreiche innovative Mittelständler und einige der renommiertesten deutschen Informatik-Fakultäten und Forschungseinrichtungen. Gemeinsam entwickeln sie die Unternehmenssoftware von morgen – sogenannte „emergente Software“, die dynamisch und flexibel eine Vielzahl von Komponenten unterschiedlicher Hersteller kombiniert und so unternehmensübergreifende Wertschöpfungsketten ermöglicht. Über 200 weitere Firmen sind seitdem als „Partner im Software-Cluster“ zu diesem Netzwerk hinzugestoßen.