

Mittelständler greifen gern nach großen Suiten

Eine wachsende Anzahl an Firmen mittlerer Größe ist durchaus für große Suiten ansprechbar, so eine Studie von [AMI Partners](#), einer US-Mittelstandsberatungsfirma. Dabei müssten die Hersteller nur vier Kategorien beachten, um im Mittelstand mehr Geschäftsanwendungen loszuschlagen.

Die vier Kategorien sind, einem Bericht in der US-Presse zufolge: Grad des Einsatzes von solchen Lösungen; Bedürfnisse und Verhalten bezüglich der Kundengewinnung; Positionierung der eigenen Produkte und der Umgang mit gezielten Angeboten an besondere Kundensegmente. Nach diesen Kriterien beurteilt, gebe es weiterhin noch Unterschiede im konkreten Einsatzverhalten für Geschäftsanwendungen. Dabei seien die Mittelständler, die sich trotz ihrer Größe das Recht herausnahmen, Geschäftsanwendungen einzusetzen und darin besonders wertvolle Erfahrungen sammelten, die Spitzenkunden für Hersteller von solchen Suiten.

Auf Rang zwei folgten demnach die Pioniere, die gern Neues ausprobierten, um ihre Produktivität zu erhöhen, wobei sie aber selten die vollen Potenziale einer solchen Suite ausschöpfen könnten. Die dritte Gruppe besteht demnach aus Nachahmern, die Lösungen erst einsetzen, wenn sie bei anderen Firmen mit Vorbildcharakter für eine bestimmte Branche im Einsatz sind und dort erfolgreich laufen. Ganz anders müssen die Hersteller an Mittelständler herangehen, die nur dann auf eine neue Lösung umsteigen, wenn sie am Rande des Abgrunds stehen und Kunden oder Zulieferer verlieren würden, wenn sie nicht neue Software einsetzen.

Die Kundengruppen drei und vier sind demnach zwar zahlenmäßig die größten in den untersuchten lokalen Märkten, doch die ersten beiden Gruppen machen dies an Umsätzen wett, teilte AMI Partners mit. Allerdings gilt dies nur für die Hersteller, die sich der vier Stufen von Mittelständlern in der Frage Suiten-Einsatz, ihrer Gemeinsamkeiten und Unterschiede bewusst sind.