

IT-ENTSCHEIDUNGSPROZESSE IM ZEITALTER DER DIGITALISIERUNG

Wie nutzen IT-Entscheider die unterschiedlichen Medienplattformen von IT-Presse, Wirtschaftstiteln und sozialen Medien? Welche Rolle spielen diese Medien in der Entscheidungsfindung? Wie relevant sind dabei Position und Unternehmensgröße?

Und: Wo können Ihre Werbebudgets am besten ihre Wirkung entfalten?

Teil 2 unserer Studienreihe beleuchtet sehr genau, wie IT-Entscheider Medien nutzen. Das Relevant Set geht von Print über Digital bis hin zu Social Media.



Die Highlights unserer zweiten Studie:

- Es gibt nicht DEN einen Zeitpunkt für Entscheidungen:** Die Mehrheit der IT-Entscheider trifft Entscheidungen *nach Bedarf ohne fest geplanten Zeitraum*. Großunternehmen handeln am stärksten bedarfsorientiert, **Kleinstunternehmen und KMUs bleiben hochflexibel** und sind am wenigsten auf einen Zeitraum festgelegt, handeln dann aber auch wieder bedarfsorientiert.
- Es gibt nicht DEN einen Entscheider** – alle Positionen (Geschäftsführung, Top und Bereichsmanagement, IT-Management, IT-Mitarbeiter/IT-Experten) haben Einfluss auf den Prozess.
Fokus Unternehmensgröße: Je größer das Unternehmen, umso tragender wird die Rolle des IT-Managements. Mitarbeiter im IT-Management sind diejenigen mit dem umfassendsten Aufgabenfeld und die einzigen, die sich ausgeprägt mit der konkreten Angebotsbeschaffung, der Technik und den ITK Standards beschäftigen müssen. Externe Berater wie IT Consultants, VARs und Systemhäuser werden eher in größeren Unternehmen hinzugezogen.
- Mediennutzung:** Das meistgenutzte Printmedium für IT-Entscheidungen über alle Positionen und Unternehmensgrößen ist das c't Magazin. **Soziale Medien** sind für die Informationsbeschaffung relevant, nehmen Einfluss, werden häufig genutzt, haben aber bei der endgültigen Entscheidung kein Gewicht. Innerhalb der Sparte der **digitalen Fachmedien** ist heise.de die präferierte Seite und spielt bei Entscheidungen eine herausragende Rolle.
- Rolle der Glaubwürdigkeit, fachlichen Kompetenz und Unverzichtbarkeit:** Bei IT-Entscheidungen nehmen sowohl das c't Magazin als auch heise.de führende Rollen ein, dicht gefolgt von Wirtschaftsmedien. IT-Entscheider informieren sich umfassend und regelmäßig. Dabei hat die IT-Presse einen größeren Einfluss als die Wirtschaftstitel. Im digitalen Bereich liegt heise.de vorn.
- Bewertung der Medien:** In Zeiten der medialen Überfrachtung werden qualitativ hochwertige Medien verstärkt genutzt, sowohl Print, als auch Digital. Dabei spielen Vertrauen und fachliche Kompetenz eine wichtige Rolle. Das zeigt sich auch in der Bewertung der Medien. In der **Customer Journey** hat in der Tendenz IT vor Wirtschaft die Nase vorne. Die Ergebnisse zeigen, IT-Entscheider informieren sich umfassend, insgesamt hat die IT Presse einen größeren Einfluss auf IT-Entscheidungen als Wirtschaftstitel und soziale Medien.

Heise-Entscheiderstudie Dezember 2017, n=500

SIND SIE NEUGIERIG GEWORDEN?

Gern präsentieren wir Ihnen die **gesamt Studie vor Ort**. Melden Sie sich bei uns:
sales@heise.de

