

IT-ENTSCHEIDUNGSPROZESSE IM ZEITALTER DER DIGITALISIERUNG

4. Teil der Untersuchungsreihe

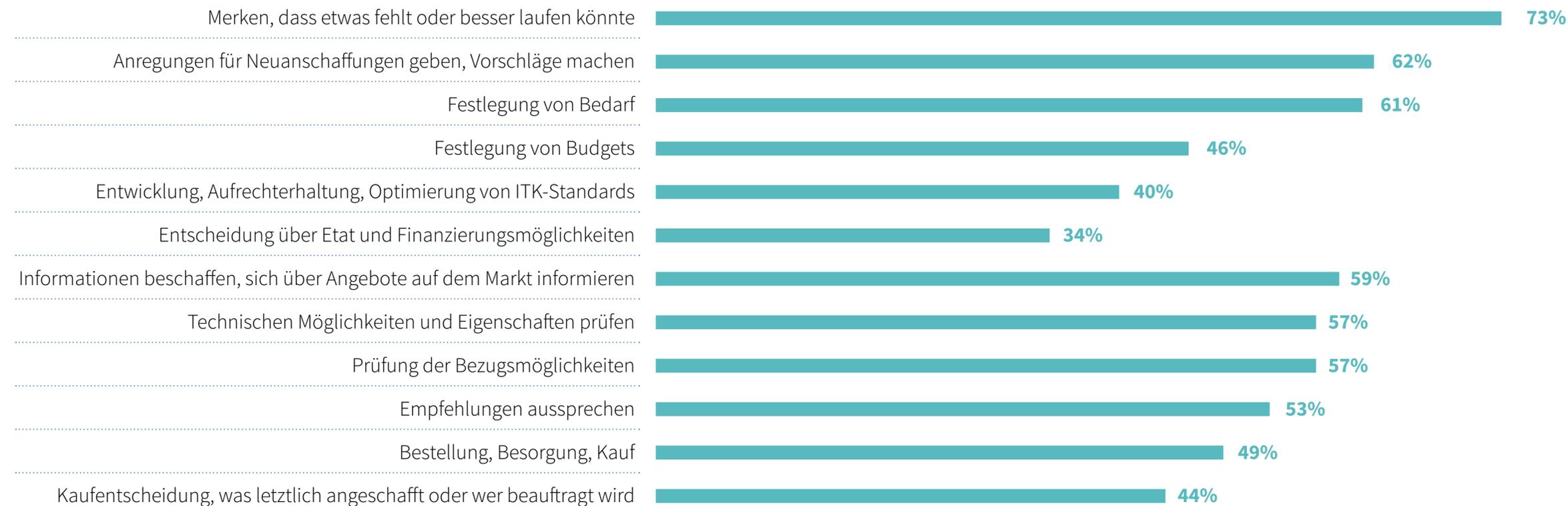
MANAGEMENT SUMMARY

Wer ist beteiligt und wie läuft der Entscheidungsprozess ab?

Der nun vorliegende vierte Teil dieser Studienreihe beschäftigt sich mit den Entscheidungen in Unternehmen und wer wie daran beteiligt ist. Detailliert wird unter anderem analysiert, welche Zukunftsthemen die Entscheider umtreiben, wo sie sich informieren und welche Kaufkriterien relevant sind.

In insgesamt 12 Stufen wird der IT-Entscheidungsprozess dargestellt

Persönliche Beteiligung an Investitionsentscheidungen



KERNAUSSAGE

In allen 4 Befragungsteilen wird deutlich, dass es „die Entscheidung“ und „den Entscheider“ nicht gibt. Ob Geschäftsführung, Top- und Bereichsmanagement, IT-Management oder IT-Mitarbeiter – sie alle haben Einfluss auf den Entscheidungsprozess-, mit unterschiedlichen Schwerpunkten. IT-Manager haben dabei mit Abstand das umfassendste Aufgabenfeld und damit den stärksten Einfluss. Nicht verwunderlich: Je größer das Unternehmen, desto komplexer die Entscheidungen und umso mehr Personen sind am IT-Entscheidungsprozess beteiligt.

Mehrfachnennungen, Basis: 500 Befragte

Welche Themen werden in den nächsten 5 Jahren in den Unternehmen relevant sein?

Die Top 5 Themen (aus insgesamt 25 abgefragten) sind:



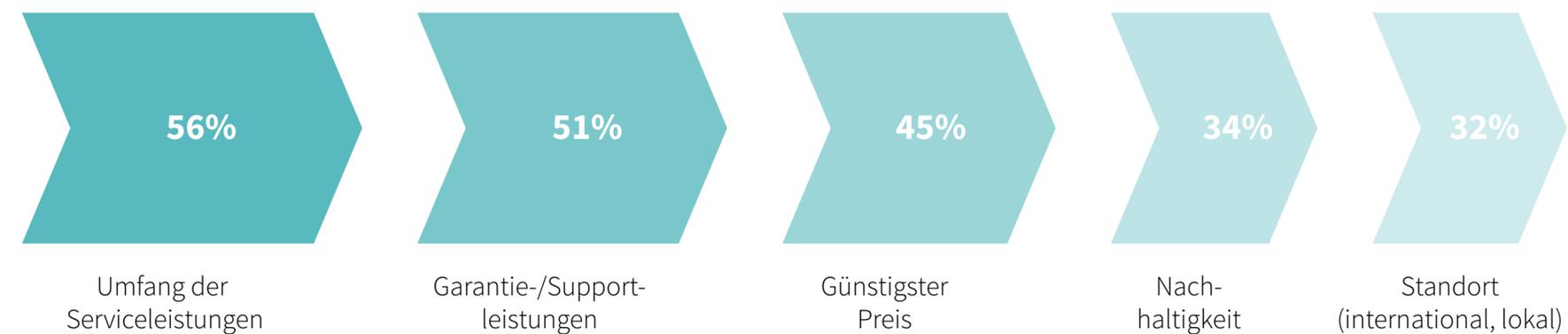
KERNAUSSAGE

Es gibt dabei deutliche Unterschiede nach Position und Unternehmensgröße: im klassischen Mittelstand (100-999 MA) ist Nachhaltigkeit weniger relevant, stattdessen eher **Spracherkennung** und **Biometrie**. Bei den großen Unternehmen sind es der Arbeitsplatz der Zukunft, **KI-Engineering** und **Cloud Centric Infrastructure**.

Das IT-Management ist überdurchschnittlich an allen Themenbereichen interessiert, insbesondere an Themen wie **Blockchain**, **Biometric** und **Edge Computing**. Nachhaltigkeit ist das wichtigste Thema der Geschäftsführung.

Welche Kriterien sind wichtig für die engere Auswahl einer Marke?

Die Top 5 Auswahlkriterien



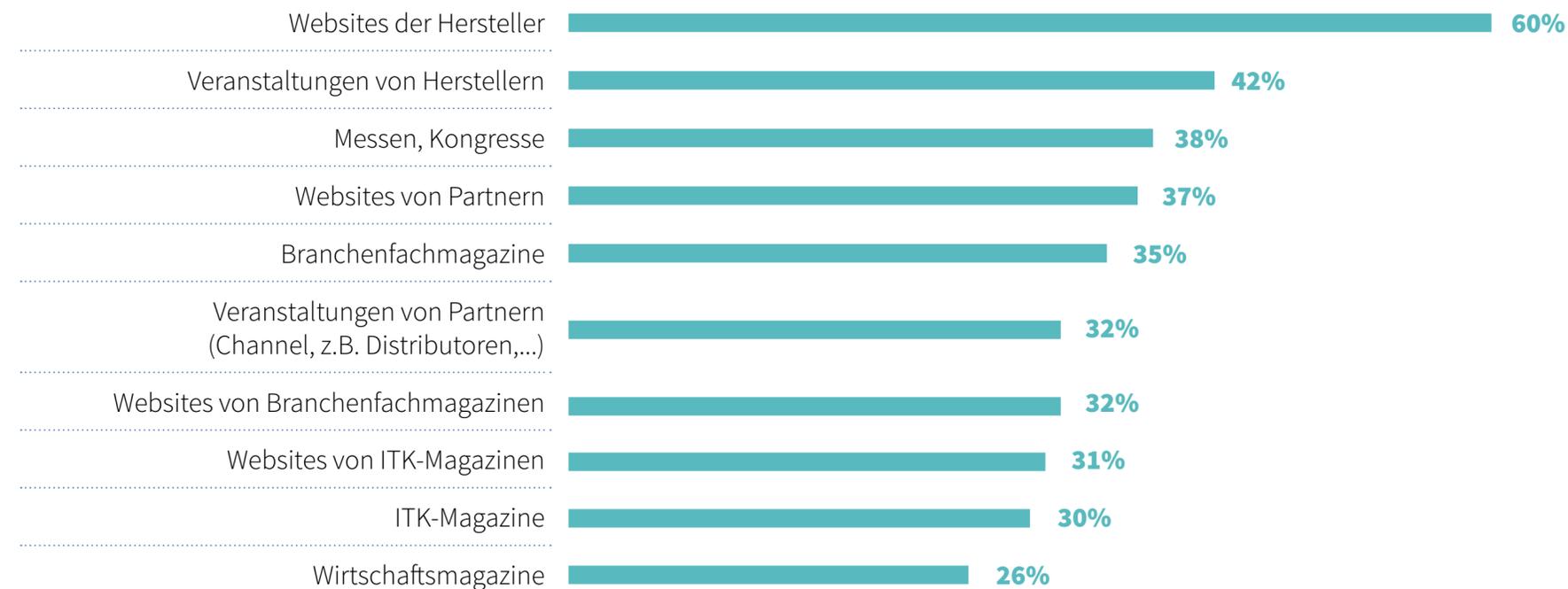
KERNAUSSAGE

Auch hier gibt es deutliche Unterschiede hinsichtlich der beruflichen Position und der Unternehmensgröße: **große Unternehmen** und das **IT-Management** legen mehr Wert auf Markenbekanntheit und das Thema Technologievorreiter. **Geschäftsführer** achten verstärkt auf den günstigsten Preis.

Wie informieren sich Entscheider?

Stufe **Beschaffung und Kauf:**

Top 10 Ranking der Informationsquellen im letzten Drittel des Entscheidungsprozesses



Mehrfachnennungen, Basis: 500 Befragte

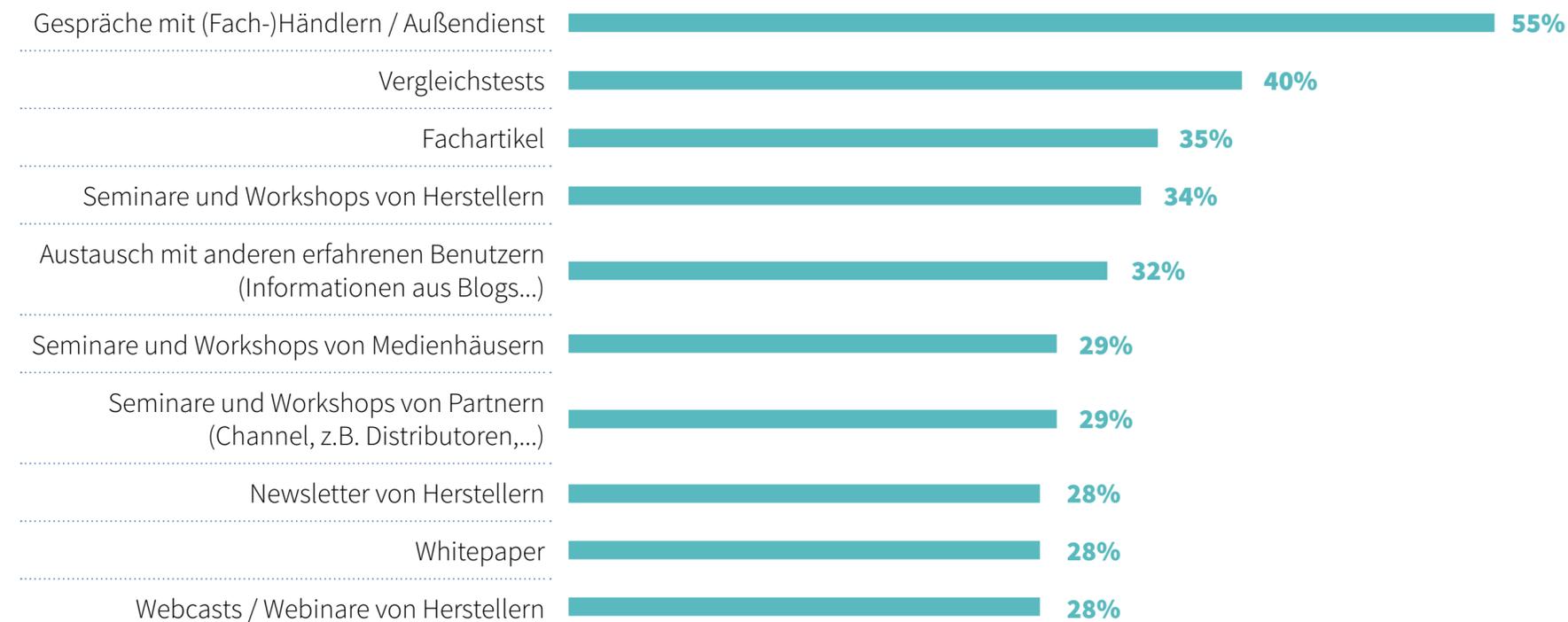
KERNAUSSAGE

Das **IT-Management** nutzt überdurchschnittlich ITK-Magazine sowie Veranstaltungen von Medienhäusern. In **größeren Unternehmen** sind Messen und Veranstaltungen überdurchschnittlich wichtig.

Wie informieren sich Entscheider?

Stufe **Beschaffung und Kauf:**

Top 10 Ranking der Informationsarten im letzten Drittel des Entscheidungsprozesses



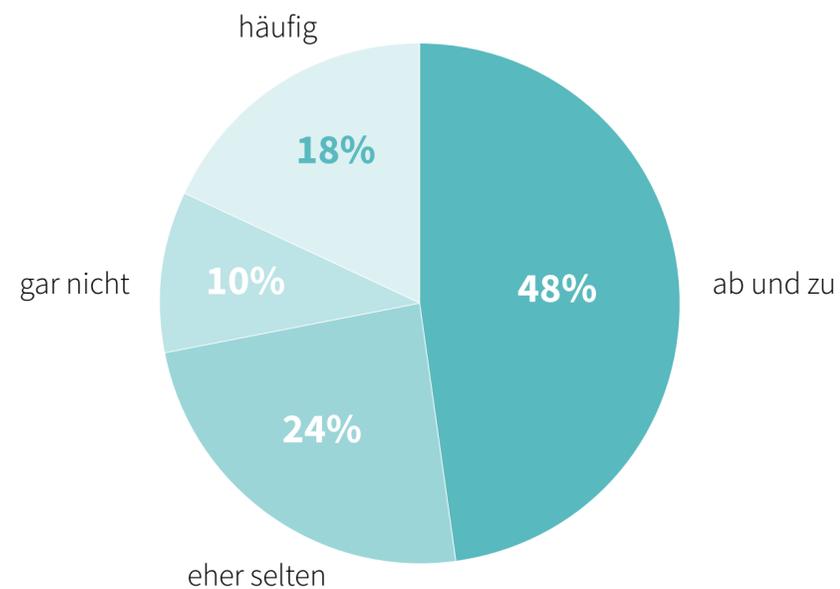
Mehrfachnennungen, Basis: 500 Befragte

KERNAUSSAGE

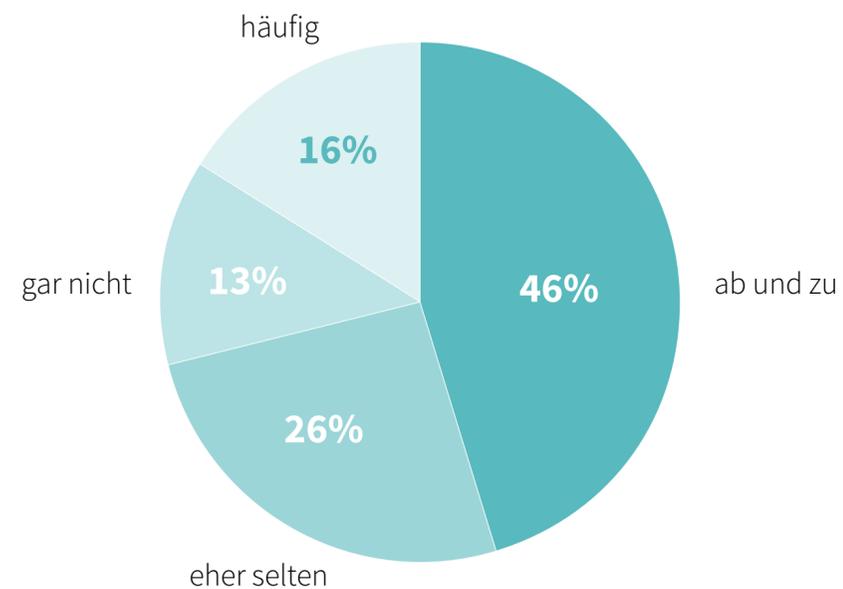
Bei den **größeren Unternehmen** gewinnen die Webcasts / Webinare von Medienhäusern an Bedeutung. Das **IT-Management** zeigt insgesamt ein deutlich höheres Nutzungsverhalten, insbesondere Seminare und Workshops, Fachartikel und Webcasts / Webinare werden verstärkt genutzt.

Wie sieht die Nutzung von Veranstaltungen und Messen in der Zukunft aus?

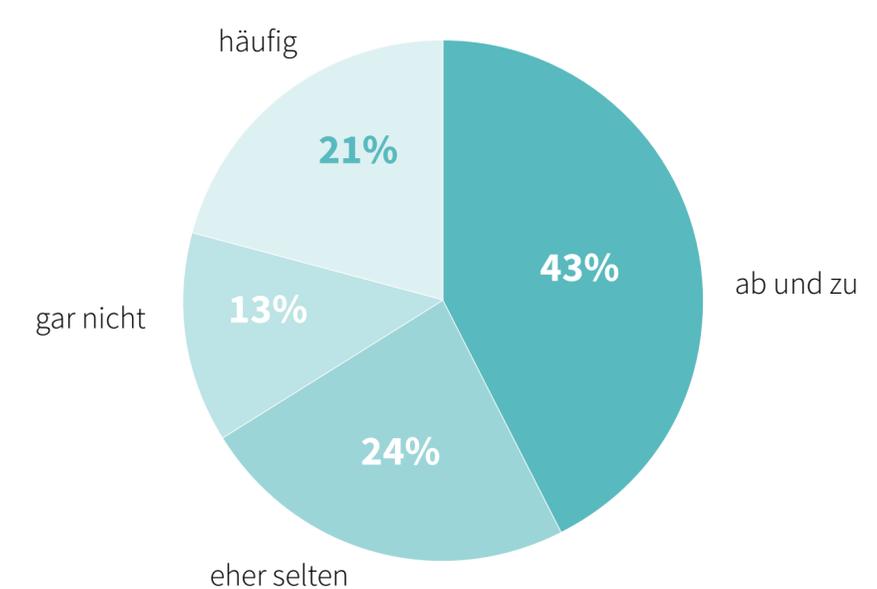
Präsenzveranstaltungen



Hybridveranstaltungen



Rein virtuelle Veranstaltungen



KERNAUSSAGE

Ob in Präsenz, rein virtuell oder hybrid: wie Veranstaltungen künftig genutzt werden, ist noch völlig offen. Hier zeichnet sich noch kein klarer Trend für die nähere Zukunft ab.

Mehrfachnennungen, Basis: 500 Befragte

Summary Facts

Der IT-Manager ist am stärksten und am vielfältigsten in den IT-Entscheidungsprozess eingebunden.

Bedingt durch sein umfangreiches Aufgabenfeld zeigt der IT-Manager auch das mit Abstand ausgeprägteste Informationsverhalten – in allen drei Stufen des Kaufprozesses.

Kleinere Unternehmen sind in Bezug auf ihr Informationsverhalten deutlich weniger aktiv.

Die Herstellerwebsite, also die direkte Kommunikation zum Kunden ist erneut, insbesondere im letzten Drittel des Entscheidungsprozesses die wichtigste und vertrauensvollste Informationsquelle.

Bei den Informationsarten zählt im letzten Drittel des Entscheidungsprozesses der persönliche Austausch in Gesprächen mit anderen erfahrenen Benutzern sowie Gespräche mit dem Händler bzw. dem Außendienstmitarbeiter. Aber auch Vergleichstest und Fachartikel, also neutrale und informative Themen sind enorm wichtig.

Die Top entscheidungsrelevanten Zukunftsthemen sind Nachhaltigkeit, Arbeitsplatz der Zukunft, Digitalisierung. Sie stehen weit oben auf der Agenda, darüber hinaus gibt es den Dauerbrenner Sicherheit.

Um als Marke in die engere Auswahl zu kommen, zählen insbesondere der Umfang der Serviceleistungen sowie Garantie- und Supportleistungen. Die Markenbekanntheit spielt eher eine untergeordnete Rolle.

Veranstaltungen in Präsenz, virtuell, hybrid bleiben noch ohne klaren Trend für die nähere Zukunft.

Die aktive berufliche Nutzung von Social Media-Kanälen wie Xing, LinkedIn, Twitter liegt im einstelligen Prozentbereich.

Basis: 500 Befragte



Kontakte

Sie haben Fragen und wollen mehr wissen?

Fragen Sie [uns](#) – wir stellen Ihnen gerne die vollständige Studie persönlich vor!



Heise Medien

Methode:

Techconsult GmbH Kassel befragte 500 Personen, die zuvor repräsentativ aus einem nationalen Panel von 120.000 Personen gezogen wurden. Die Auswahl der befragten Personen erfolgte nach einem Screening, ob die Personen im Unternehmen oder für Unternehmen mindestens beratend am IT-Entscheidungsprozess beteiligt sind. Die Online-Befragung wurde im Juli 2021 durchgeführt. Die Marktforscher analysieren seit 2017 für Heise Medien den Ablauf von IT-Kaufentscheidungen in Unternehmen.