

Kolumne

Ein unzufriedener Kunde ist flüchtig wie ein Reh

Sie kennen das Prozedere: Jeweils spätestens gegen Ende des Jahres geben die Anbieter und Marktforscher ihre Trendvoraussagen für das kommende Jahr bekannt. Diese sind je nach Couleur unabhängiger bis neutral oder mehr oder weniger stark von den eigenen Interessen geleitet. Die Medien nehmen diese Richtungssignale unter anderem als eine Art Leitschnur für die Planung ihrer eigenen Inhalte. Sicherlich sind sowohl für die Lesergruppen der Industrie als auch deren Kunden diese Themensetzungen nützlich, vorausgesetzt sie wissen sie auch entsprechend einzusetzen. Gut deshalb, gibt es anschauliche Darstellungen über Trendverläufe wie der berühmte Hype Cycle von Gartner. Was bei der Mediennutzung allerdings oft etwas untergeht ist die Tatsache, dass die wenigsten dieser Trends die nähere Zukunft betreffen, sondern sich hauptsächlich auf die Zeit kurz vor und nach dem jeweiligen Höhepunkt der überhöhten Erwartungen beziehen. Kaum verwunderlich ist es deshalb, dass der geneigte Zulieferer oder Kunde zwar hinhorcht, aber entsprechend Mühe hat, die Voraussagen sinnvoll auf sein eigenes Geschäftsmodell zu übertragen. Denn wer hat schon die Kraft, sich zu den Innovativen zu gesellen, wenn das Herkömmliche das Geld in die Kasse spült? Das tun nicht mal die Grossen. Ob IT-Anbieter oder IT-Kunde, die Big Player kaufen sich einfach im richtigen Moment das nötige Wissen, experimentieren eine Weile damit und können so den Zeitverlust schnell wieder wettmachen.

Besser zu früh als zu spät

Auch ich habe mich zum Jahresende mit den Trends vertraut gemacht. Dazu nur soviel: Der Cloud-Trend ist nicht mehr. Es findet in Zukunft eh alles irgendwie in der Cloud statt. Wie wir gesellschaftlich, rechtlich, politisch und persönlich damit umgehen, steht auf einem anderen Blatt. Die Cloud ist ja nun schon seit bald 20 Jahren ein Thema, und der Durchbruch ist,



*Markus Häfliger berät als Gründer und Inhaber von Häfliger Media Consulting IT-Unternehmen in allen Belangen der Medienarbeit. Vor seinem Wechsel in die PR-Branche im Jahr 2010 war er während zehn Jahren als Redaktor und Chefredaktor von «Swiss IT Reseller» tätig und somit für den Aufbau des Branchenmagazins mitverantwortlich.
www.haefligermediaconsulting.com*

je nachdem, wen man fragt, entweder schon weitgehend gelungen oder nicht mehr aufzuhalten. Sie haben Recht, das ist eine Binsenwahrheit. Worauf ich aber hinaus will: Wiederverkäufer, Systemintegratoren, Distributoren, die sich rechtzeitig mit dem Thema befasst haben, sind heute im Vorteil. Sie sind dank ihrem eigenen Innovationswillen der Konkurrenz jetzt eine entscheidende Nasenlänge voraus – und zwar sowohl in Bezug auf die Gunst der Hersteller als auch auf die Marktbekanntheit. Ebenso positiv sieht es für Schweizer Software-Anbieter aus, die ihre über die letzten Jahrzehnte gewachsenen, erfolgreichen Lösungen rechtzeitig auf eine neue technologische Basis in die Zukunft überführt haben.

Achtung Fluchtgefahr

Die, die den richtigen Moment nach ihrem eigenen Innovations-Peak, dem Ausruhen auf den Lorbeeren und dem Entwickeln neuer Angebote verpasst haben, werden es hingegen schwer haben. Aber wo soll man nun hinschauen, beim Gartner Hype Cycle? IoT und Blockchain etwa haben den Erwartungshöhepunkt schon überschritten. Das ist gut so. Durchs Tal der Ernüchterung sind aber beide noch nicht hindurch. Ich glaube, ob klein oder gross, ob Massen-IT oder Nischenspezialist: Lieber zu früh als zu spät reagieren. Sonst bleibt irgendwann nur noch das Tafelsilber zu verscherbeln. Den Zeitpunkt sollte man dann aber auf keinen Fall verpassen. Einer der wichtigsten Megatrends ist und bleibt auch 2019 die Marktkonsolidierung in der IT-Industrie. Sie wird getrieben vom oft unterschätzten Megatrend Nummer Eins: Ein unzufriedener Kunde ist flüchtig wie ein Reh.

Markus Häfliger