

# Technik- und IT-Marketing in der Region Hannover

**Das Wachstumspotenzial von Technik- und IT-Unternehmen in der Region Hannover ist überdurchschnittlich. Das Problem: Die Nutzung dieser Chancen durch die überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen ist mangels ausreichender Ressourcen für Technik- und IT-Marketing unterdurchschnittlich.**

Aktuell erwarten 87 Prozent der befragten Unternehmen steigende Umsätze (BITKOM, 04-2011).

Das aktuelle Wachstumspotential in der Region Hannover ist überdurchschnittlich. Innerhalb Niedersachsens ist die Region der bedeutendste Standort für Betriebe der Informations- und Kommunikations- (IuK) Wirtschaft und gehört mit über 1.200 Unternehmen mit 23.000 Beschäftigten zu den größeren IuK-Standorten in Deutschland.

In einzelnen Segmenten der IuK-Wirtschaft weist die Region Hannover sogar eine überdurchschnittliche Spezialisierung auf. Besonders stark ist die Region Hannover bei IuK-Dienstleistungen. Der Anteil dieses IuK-Bereichs an der Gesamtbeschäftigung fällt in der Region in etwa doppelt so hoch aus wie im deutschen Durchschnitt.

Laut Prognos Zukunftsatlas Branchen 2009 gehört Hannover zu den sieben Top-Regionen in den untersuchten Zukunftsfeldern Maschinenbau, Fahrzeugbau, Logistik, Mess-, Steuer- und Regeltechnik, Informations- und Kommunikationstechnologien, Gesundheitswirtschaft sowie den hochwertigen Unternehmens- und Forschungs-/Entwicklungsdienstleistungen.

## **Fachlich top – Vermarktung ein Flop**

Technik- und IT-Unternehmen sind fachlich meistens exzellent aufgestellt. Gute Produkte und Dienstleistungen allein reichen allerdings in wettbewerbsintensiven Märkten nicht aus. Es mangelt häufig an einem strategischen Marktkonzept, an klaren Vermarktungszielen und den notwendigen fachlichen Ressourcen für das Technik- und IT-Marketing.

Das Problem ist bekannt: Je kleiner das Unternehmen, desto stärker mangelt es an systematischem Marketing und PR. Kleinere Unternehmen verfügen nur zu 30 bis 40% über eine Marketing-/Kommunikationsstrategie, die sich an der Unternehmensstrategie ausrichtet. Es mangelt u.a. an klar identifizierten Zielgruppen (33%), konkreten Zielen (40%) oder die Zeit- und Maßnahmenplanung passt nicht zu den vorhandenen Kapazitäten (PR-Trendmonitor 07-2009 von news aktuell).

## **Für Marketing- und PR-Spezialisten zu klein**

Bei kleinen und mittleren Unternehmen bestimmt das Tagesgeschäft das Handeln. Sie haben zwar eine sehr hohe Sach- und Lösungskompetenz – es fehlt aber an der Zeit und oft auch an eigenen Mitarbeitern für Marketing und PR. Innovative Produkte und Leistungen werden in der Öffentlichkeit kaum oder falsch kommuniziert. Allzu oft stehen nur die technischen oder Produktdetails im Vordergrund. Unklar bleibt, worin Innovationen bestehen, wo sich das Produkt oder die Leistung unterscheidet und welchen Nutzen der Anwender hat. Es fehlt in der Regel an der Bekanntheit im Markt und an den personellen Ressourcen, das zu ändern.

## **Technik- und IT-Marketing haben sich verändert**

Früher waren Messen und Printanzeigen für das Technik- und IT-Marketing besonders wichtig. Heute wird auch das B2B-Geschäft (Business-to-Business) durch das Internet als wichtigem Kommunikationskanal geprägt. Zu wenig beachtet wird aber, dass B2B-Medien eine wechselseitige

Aktivierungsleistung haben: Internet und Fachzeitschriften sind die stärksten Treiber im Informations-Mix. So leiten Fachmedien beispielsweise 85 Prozent ihrer Nutzer im Anschluss auf die Websites von Herstellern weiter (Studie von TNS Emnid „B2B-Entscheideranalyse 2010“, 05-2010). Ein erfolgsorientierte PR- und Marketing-Strategie orientiert sich daran.

### **Fünf Tipps für innovative Unternehmen**

1. Vertrauen Sie nicht nur auf ihre Technik, um erfolgreich zu sein.
2. Setzen Sie auf eine unverwechselbare Positionierung.
3. Agieren Sie auf der Basis eines systematischen Vermarktungs-Konzepts.
4. Bringen Sie ihr großes technologisches Know-how möglichst einfach auf den Punkt.
5. Konzentrieren Sie sich auf die wichtigsten Zielgruppen und wählen Sie dafür die jeweils geeigneten Kommunikationsmittel.

### ***Über Ortgies Marketing&Communications***

*Ortgies Marketing&Communications ist die Agentur für IT-Marketing und Technik-Marketing, speziell für die Kommunikation technischer und erklärungsbedürftiger Produkte und Dienstleistungen im Raum Braunschweig. Unsere Kunden sind im Business-to-Business (B2B) tätig und kommen z.B. aus den Bereichen IT, Telekommunikation, Elektronik, Industrie oder der Automatisierungstechnik.*

*Ortgies Marketing&Communications*

*Martin Ortgies*

*In den Mühlenmorgen 15*

*38154 Königslutter*

*Tel.: 05353/910 95 32*

*<http://marketing-fuer-b2b.de/>*