

Onlinefragebogen für die Themen 2013

Befragung der Themen 2013

Dieser Fragebogen war online bis zum 30.11.2012 23:59:59

Stand: 03.12.2012 15:14:51

157 Personen haben den Fragebogen beantwortet

	absolute Werte	prozentuale Werte	Diagramm
Allgemein (Kommentar / Hinweis)			
Mitaussteller auf dem MUK Gemeinschaftsstand der Communication World 2013 (Einfach-Antwort)			
sehr wichtig	4	2.55 %	
wichtig	16	10.19 %	
durchschnittlich	31	19.75 %	
weniger wichtig	42	26.75 %	
unwichtig	62	39.49 %	
Mittelwert: 3.92; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.			
Teilnahme am IT Koop 2013 am 15.3. (Einfach-Antwort)			
sehr wichtig	20	12.74 %	
wichtig	42	26.75 %	
durchschnittlich	41	26.11 %	
weniger wichtig	26	16.56 %	
unwichtig	25	15.92 %	
Mittelwert: 2.96; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.			
Teilnahme an der ISARNETZ Webwoche im Mai (Einfach-Antwort)			
sehr wichtig	4	2.55 %	
wichtig	17	10.83 %	
durchschnittlich	44	28.03 %	
weniger wichtig	47	29.94 %	
unwichtig	43	27.39 %	
Mittelwert: 3.70; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.			
Mitaussteller auf dem MUK Gemeinschaftsstand der CeBit 2013 (Einfach-Antwort)			
sehr wichtig	4	2.55 %	
wichtig	17	10.83 %	
durchschnittlich	28	17.83 %	
weniger wichtig	41	26.11 %	
unwichtig	65	41.40 %	
Mittelwert: 3.94; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.			
Statistiken über den bayerischen IT-Markt (Einfach-Antwort)			
sehr wichtig	25	15.92 %	
wichtig	63	40.13 %	
durchschnittlich	37	23.57 %	
weniger wichtig	17	10.83 %	
unwichtig	13	8.28 %	
Mittelwert: 2.55; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.			

Zukunft des Werbungsmarktes (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	17	10.83 %	■
wichtig	48	30.57 %	■
durchschnittlich	38	24.20 %	■
weniger wichtig	41	26.11 %	■
unwichtig	13	8.28 %	■

Mittelwert: 2.90; Für 0 von 157 Person(en) (= 0.00%) war die Frage nicht relevant.

Zukunft des Fernsehens (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	9	5.73 %	■
wichtig	18	11.46 %	■
durchschnittlich	44	28.03 %	■
weniger wichtig	55	35.03 %	■
unwichtig	30	19.11 %	■

Mittelwert: 3.51; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

professionelles Projektmanagement (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	48	30.57 %	■
wichtig	52	33.12 %	■
durchschnittlich	27	17.20 %	■
weniger wichtig	21	13.38 %	■
unwichtig	7	4.46 %	■

Mittelwert: 2.27; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Neue Technologien (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	90	57.32 %	■
wichtig	48	30.57 %	■
durchschnittlich	14	8.92 %	■
weniger wichtig	1	0.64 %	■
unwichtig	1	0.64 %	■

Mittelwert: 1.54; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für den MUK (Offene Frage (großes Textfeld))

- Weniger Berater, mehr Unternehmer aus dem Mittelstand und CIO's
- Auch mal Adressierung vertikaler Märkte, zb POS, MDE, IPC. Hier werden noch Hardwaremargen erzielt :-)
- Öfter Endkunden einbinden im Hinblick auf den Einsatz/Erwartungen an Dienstleister
- keine
- Bei den Themen 2013 fehlen Marketing, B2B-Markenführung, strategische Markenentwicklung etc.. Das ist einerseits irritierend. Andererseits kenne ich nun die Mitglieder des MUK-IT über fast 10 Jahre und weiß aus Erfahrung, dass das Thema in der Tat bei den meisten technologiegetriebenen Geschäftsmodellen der Firmen keine bzw. allerhöchstens operative Relevanz hat. Dennoch haben viele Firmen ein Imageproblem, das sich z. B. in der schwierigen Kaltakquise oder auch in der Gewinnung von Mitarbeitern zeigt. Sie sind aber nicht bereit, sich ernsthaft mit dem Thema auseinanderzusetzen und professionelle Unterstützung anzunehmen. Beratungsresistenz, Unkenntnis und Sparwut sind bzgl. Marketinginvestments weit verbreitet. Die Umfrage erfasst größtenteils 'hard facts' – Finance, Technologien, Entwicklung, Sales und HR. Social Media, Videos sind Werbekanäle. Sie ersetzen weder Positionierung, relevante Nutzenbotschaften, Kommunikationsstrategien. Das Thema 'Zukunft des Werbungsmarktes' klingt theoretisch statt firmenindividuell. Ohne strategische Besetzung von Kommunikationsnischen wird der Absatz von identischen/ähnlichen/vergleichbaren B2B-Produkten und Services entweder ein reiner Preiskampf

oder ein Skalierungsproblem bei Unternehmenswachstum. Keine Ahnung, wie es uns gelingen kann, 'die Jagdhunde zum Jagen zu tragen', aber als Marketingexperte weiß ich, dass es gerade auch bei den KMUs sehr viel Potenziale gib. Es wäre ein leichtes, die Norm zu brechen und sich vom Markt abzuhebe

- Mehr offene Veranstaltungen (z.B. Kamin-Gespräche)
- Trotz des Kooperationsportals ist der Überblick über die Leistungsportfolios der Teilnehmer schwierig, da hier nur einige Schlagwörter platziert sind. Detailkenntnisse bzw. Spezial-know-how sind kaum darstellbar. Meine Anregung ist, dass die Teilnehmer bei Wünschen oder Problemen diese direkt (z.B. auf einer virtuellen Pinwand oder per Email-Verteiler) platzieren und so schnell und einfach Antworten erhalten.
Eine weitere Variante ist, dass verbunden mit der Einladung zu den Roundtables mögliche Fragen im Vorfeld gesammelt dargestellt und Kontaktwünsche leichter ermöglicht werden.
- Nicht so viel Eigenwerbung in den Präsentationen zulassen - mehr auf die Sache gehen
- Mich interessiert der Austausch mit Kollegen, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen, zu mir aber nicht in einer Kunden- oder Konkurrenzsituation sind. Ich werde erneut MUK IT teilnehmen, wenn ich den Eindruck habe, dass ich das machen kann.
- -
- Sensibilisierung der Mitglieder für die Bedeutung der Cloud. Beim letzten Koop waren nur 2 Mitglieder in der entsprechenden Gruppe, obwohl klar sein dürfte, dass die Cloud die Geschäftsmodelle vieler Mitglieder erheblich beeinflussen dürfte.
- Weniger Vertriebsmethoden, sondern gegenseitiges Helfen bei der Akquise, z. B. durch Clusterbildung für bestimmtes Thema, d. h. wiederum Identifizierung von gemeinsamen Kunden und Themen
- Teilnehmer mehr einbinden in RTs
- - Checklisten für Thema ausgeben, z.B. wie früher 'Vertriebswerkstatt'
- Arbeitsgruppen in jedem RT - kurze (wirklich kurz) Vorstellung jedes Teilnehmers in einem Satz zu Beginn jedes RT, damit man sich kennenlernt und Gesichter zuordnet für's Networking
- wenige - das läuft momentan recht rund
Die Präsentationen sollten z.T. etwas weniger 'werbelastig' sein. Dies ist besonders ärgerlich wenn ein interessanter Titel mit dem Inhalt dann recht wenig zu tun hat
- dazu kenne ich den MUK noch zu wenig
- dafür bin ich noch zu wenig involviert!
- Ich würde gerne öfter teilnehmen, aber Termine unter der Woche kann ich leider sehr schwer wahrnehmen, da ich sehr viel unterwegs bin. Aus meiner Sicht würde ich gerne einen Termin entweder am Freitag oder am Samstag zur Diskussion stellen.
- Neue Themen angehen die hohes Umsatzpotential haben. Mehr IT Startups. Die würden frischen Wind in die Veranstaltungen bringen.
- keine
- neue junge Unternehmer, neue junge Idee
- Spezifische Themen, die für kleinere IT-Unternehmen Nutzung bringen, z.B. Vertriebssysteme für kleine Unternehmen, Rolle der neuen Medien Xing, LinkedIn, Facebook für den Vertrieb kleiner Firmen, gemeinsam nutzbare Telemarketing-Ressourcen (Pool-Konzept)
- Informationen über rechtliche Aspekte für IT in der Cloud/Internet: Abmahnfallen, aktuelle Änderungen im Rechtswesen
- Beiträge der Referenten bei Round Tables modifizieren hinsichtlich Reduzierung Eigenwerbung und Ausbau Nutzwert.
- Ich empfinde den Mix der Themen und die Vertriebslastigkeit sehr gut. Weiter so und herzlichen Dank für Ihren Einsatz.
- keine
- Es läuft doch ganz gut. Ich würde noch mehr interdisziplinäre Themen aufgreifen, die alle IT Unternehmen tangieren.
- neue Perspektiven im Prozessmanagement (agile Regeln mit Prozessmanagement verbinden)
- Öffnen für Frauen und jüngere Unternehmen und der IT verwandte Branchen. Aber da sind Sie ja schon dabei....

Welche Empfehlungen haben Sie für die Nachfolger von Lutz Steffen (Offene Frage (großes Textfeld))

- Termintreue und die Qualität der referenten hochhalten
- Große Fußstapfen, aber wer in die seines Vorgängers tritt hinterläßt selbst keine Spuren.
- Jürgen Richter
- Genauso positiv, interessant und nett weiter machen!
- ??
- Weiter SO! (Natürlich ist das Bessere immer der Feind des Guten ;-)
- Netzwerker-Qualitäten von Herrn Steffen übernehmen!
- Einen eigenen Stil finden und etablieren.
- Weiter so ...
- Ich wünsche ihm viel Erfolg und alles Gute !
- Es genauso gut zu organisieren wie sein Vorgänger
- Das Vordenken Einzelner hilft vielen beim Nachdenken.
- Bleiben Sie der Linie von Herrn Steffen treu und fördern Sie die intensive Diskussion untereinander und das Arbeiten an gemeinsamen Zielen.
- ---
- Die Kommunikation intensivieren. Momentan herrscht Flaute.
- - Straff führen wie Lutz Steffen
- Qualität weiter hoch halten
- 3 Nachfolger sehe ich generell kritisch.
Besser wäre auch künftig 'ein' zentraler Ansprechpartner Empfehlung: 'evolutionäre' und keine 'revolutionäre' Weiterentwicklung
- Bewährtes moderat weiterentwickeln ;-)
- keine
- Keine Präferenzen.
- Öffnung des Kreises für Referenten und Gäste die nicht aus München sind
- keine
- Herr Steffen hat es hervorragend verstanden das Prinzip des Gebens als Basis für das Nehmen zu behandeln. Er gab viel Vorschuss in sein großes Beziehungsgeflecht. Das waren die Grundmauern des MUK-ITs. Seine klar kommunizierten Grenzen des 'kostenlosen' Handelns hat dazu geführt, dass er dauerhaft authentisch in seiner Rolle souverän bestehen konnte. Herr Steffen hat es meisterlich verstanden die Win-Win Verhältnisse ausgewogen, im Zweifel zu Gunsten des MUK-IT-Partners zu halten und trotzdem daraus für sich persönlich gute Geschäfte zu generieren. Schwierige Aufgabe, aber sicher die existenzielle Basis dieser Sozietät!
- weiter so :-)
- Ich werde am 12.12.2013 zum ersten Mal dabei sein und muss mich deshalb hier der Stimme enthalten.
- Große Schuhe um in die Fußstapfen zu passen :-)
- Erst mal den super Level halten und viele Fragen stellen.
- keine
- folgen Sie Ihrer eigenen Spürnase, Herr Lutz Steffen hat das für seine Zeit einzigartig gemacht, jetzt kommt Ihre Zeit.
- Ich würde noch mehr interdisziplinäre Themen aufgreifen, die alle IT Unternehmen tangieren.
- Eigenen Weg finden und diesen dann auch konsequent durchziehen!

Finanz Management (Kommentar / Hinweis)

Finanzplanung: Wieviel Rücklagen bei welcher Wachstumsgeschwindigkeit (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	13	8.28 %	■
wichtig	57	36.31 %	■
durchschnittlich	46	29.30 %	■
weniger wichtig	28	17.83 %	■
unwichtig	11	7.01 %	■

Mittelwert: 2.79; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Existenzgründung in der IT und deren Finanzierung (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	11	7.01 %	■
wichtig	25	15.92 %	■
durchschnittlich	40	25.48 %	■
weniger wichtig	50	31.85 %	■
unwichtig	27	17.20 %	■

Mittelwert: 3.37; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

Finanzierung mittelständischer IT Unternehmen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	18	11.46 %	■
wichtig	51	32.48 %	■
durchschnittlich	54	34.39 %	■
weniger wichtig	23	14.65 %	■
unwichtig	8	5.10 %	■

Mittelwert: 2.69; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

Finanzierungshilfen für Innovationen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	29	18.47 %	■
wichtig	70	44.59 %	■
durchschnittlich	39	24.84 %	■
weniger wichtig	9	5.73 %	■
unwichtig	7	4.46 %	■

Mittelwert: 2.32; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

Fördermittelgewinnung (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	28	17.83 %	■
wichtig	62	39.49 %	■
durchschnittlich	43	27.39 %	■
weniger wichtig	16	10.19 %	■
unwichtig	6	3.82 %	■

Mittelwert: 2.42; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Personal Management (Kommentar / Hinweis)

Top-Personal gewinnen auch als Mittelständler (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	54	34.39 %	■
wichtig	65	41.40 %	■
durchschnittlich	21	13.38 %	■
weniger wichtig	9	5.73 %	■
unwichtig	6	3.82 %	■

Mittelwert: 2.02; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Work - life Balance (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	31	19.75 %	■
wichtig	59	37.58 %	■
durchschnittlich	40	25.48 %	■
weniger wichtig	15	9.55 %	■

unwichtig 8 5.10 %

Mittelwert: 2.41; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

Service Manager Counsel (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	4	2.55 %	
wichtig	37	23.57 %	
durchschnittlich	61	38.85 %	
weniger wichtig	27	17.20 %	
unwichtig	18	11.46 %	

Mittelwert: 3.12; Für 10 von 157 Person(en) (= 6.37%) war die Frage nicht relevant.

Zeitmanagement quantitativ und qualitativ (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	18	11.46 %	
wichtig	50	31.85 %	
durchschnittlich	50	31.85 %	
weniger wichtig	23	14.65 %	
unwichtig	11	7.01 %	

Mittelwert: 2.73; Für 5 von 157 Person(en) (= 3.18%) war die Frage nicht relevant.

Personalakquise für KMU (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	35	22.29 %	
wichtig	68	43.31 %	
durchschnittlich	29	18.47 %	
weniger wichtig	12	7.64 %	
unwichtig	8	5.10 %	

Mittelwert: 2.28; Für 5 von 157 Person(en) (= 3.18%) war die Frage nicht relevant.

Produkt Management (Kommentar / Hinweis)

Mobile Video (seeding & sharing) (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	15	9.55 %	
wichtig	43	27.39 %	
durchschnittlich	46	29.30 %	
weniger wichtig	28	17.83 %	
unwichtig	21	13.38 %	

Mittelwert: 2.98; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

BPR - Business Process Redesign (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	14	8.92 %	
wichtig	55	35.03 %	
durchschnittlich	50	31.85 %	
weniger wichtig	27	17.20 %	
unwichtig	9	5.73 %	

Mittelwert: 2.75; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Software als Export/Import Produkt (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	17	10.83 %	
wichtig	45	28.66 %	
durchschnittlich	53	33.76 %	

weniger wichtig	23	14.65 %	
unwichtig	18	11.46 %	

Mittelwert: 2.87; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

Entwicklungen bei Cloud Computing (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	40	25.48 %	
wichtig	65	41.40 %	
durchschnittlich	39	24.84 %	
weniger wichtig	5	3.18 %	
unwichtig	7	4.46 %	

Mittelwert: 2.19; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

Prozessmanagement (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	28	17.83 %	
wichtig	61	38.85 %	
durchschnittlich	51	32.48 %	
weniger wichtig	13	8.28 %	
unwichtig	3	1.91 %	

Mittelwert: 2.37; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

Status Quo 'Cloud' Hype versus Realität (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	35	22.29 %	
wichtig	65	41.40 %	
durchschnittlich	38	24.20 %	
weniger wichtig	11	7.01 %	
unwichtig	4	2.55 %	

Mittelwert: 2.24; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

Wie beeinflussen Tablet's künftige Anwendungen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	44	28.03 %	
wichtig	70	44.59 %	
durchschnittlich	28	17.83 %	
weniger wichtig	9	5.73 %	
unwichtig	4	2.55 %	

Mittelwert: 2.09; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Cloud - Services in der Realität, Substitutionseffekte (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	30	19.11 %	
wichtig	71	45.22 %	
durchschnittlich	35	22.29 %	
weniger wichtig	9	5.73 %	
unwichtig	5	3.18 %	

Mittelwert: 2.25; Für 7 von 157 Person(en) (= 4.46%) war die Frage nicht relevant.

Kosten Nutzen Hochschulmarketing für Gewinnung Fachkräfte (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	21	13.38 %	
wichtig	58	36.94 %	
durchschnittlich	51	32.48 %	

weniger wichtig	19	12.10 %	
unwichtig	4	2.55 %	

Mittelwert: 2.52; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

Wissensmanagement - Business Intelligence (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	24	15.29 %	
wichtig	63	40.13 %	
durchschnittlich	49	31.21 %	
weniger wichtig	15	9.55 %	
unwichtig	5	3.18 %	

Mittelwert: 2.45; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

SAP Hanna (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	6	3.82 %	
wichtig	18	11.46 %	
durchschnittlich	43	27.39 %	
weniger wichtig	44	28.03 %	
unwichtig	43	27.39 %	

Mittelwert: 3.65; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

Strategie Management (Kommentar / Hinweis)

Wie macht man Marktanalyse (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	30	19.11 %	
wichtig	63	40.13 %	
durchschnittlich	45	28.66 %	
weniger wichtig	14	8.92 %	
unwichtig	3	1.91 %	

Mittelwert: 2.34; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Software Entwicklung: Qualitätsmanagement (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	28	17.83 %	
wichtig	62	39.49 %	
durchschnittlich	39	24.84 %	
weniger wichtig	18	11.46 %	
unwichtig	5	3.18 %	

Mittelwert: 2.41; Für 5 von 157 Person(en) (= 3.18%) war die Frage nicht relevant.

Strategische Entwicklung von Mobile IT-Unternehmen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	28	17.83 %	
wichtig	53	33.76 %	
durchschnittlich	44	28.03 %	
weniger wichtig	12	7.64 %	
unwichtig	15	9.55 %	

Mittelwert: 2.56; Für 5 von 157 Person(en) (= 3.18%) war die Frage nicht relevant.

Internationale Strategie (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	24	15.29 %	
wichtig	41	26.11 %	

durchschnittlich	50	31.85 %	
weniger wichtig	30	19.11 %	
unwichtig	12	7.64 %	

Mittelwert: 2.78; Für 0 von 157 Person(en) (= 0.00%) war die Frage nicht relevant.

Zusammenarbeit Universitäten/Firmen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	14	8.92 %	
wichtig	75	47.77 %	
durchschnittlich	39	24.84 %	
weniger wichtig	22	14.01 %	
unwichtig	4	2.55 %	

Mittelwert: 2.53; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

SAP Zukunftstrends (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	6	3.82 %	
wichtig	25	15.92 %	
durchschnittlich	45	28.66 %	
weniger wichtig	44	28.03 %	
unwichtig	37	23.57 %	

Mittelwert: 3.52; Für 0 von 157 Person(en) (= 0.00%) war die Frage nicht relevant.

Wie finde ich einen Nachfolger (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	14	8.92 %	
wichtig	25	15.92 %	
durchschnittlich	31	19.75 %	
weniger wichtig	45	28.66 %	
unwichtig	42	26.75 %	

Mittelwert: 3.48; Für 0 von 157 Person(en) (= 0.00%) war die Frage nicht relevant.

Was ist meine Firma wert, wenn ich sie verkaufen sollte (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	26	16.56 %	
wichtig	44	28.03 %	
durchschnittlich	30	19.11 %	
weniger wichtig	27	17.20 %	
unwichtig	25	15.92 %	

Mittelwert: 2.88; Für 5 von 157 Person(en) (= 3.18%) war die Frage nicht relevant.

Firmenwachstum: Herausforderung und Umgang (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	26	16.56 %	
wichtig	73	46.50 %	
durchschnittlich	38	24.20 %	
weniger wichtig	11	7.01 %	
unwichtig	7	4.46 %	

Mittelwert: 2.35; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Neue Softwaretechnologien (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	40	25.48 %	
wichtig	72	45.86 %	

durchschnittlich	30	19.11 %	
weniger wichtig	10	6.37 %	
unwichtig	4	2.55 %	

Mittelwert: 2.14; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

Netzwerkstrategie (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	17	10.83 %	
wichtig	61	38.85 %	
durchschnittlich	46	29.30 %	
weniger wichtig	21	13.38 %	
unwichtig	5	3.18 %	

Mittelwert: 2.57; Für 7 von 157 Person(en) (= 4.46%) war die Frage nicht relevant.

Welche Heraus- und Anforderungen stellt die 'Energiewende' an die Softwareindustrie (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	10	6.37 %	
wichtig	47	29.94 %	
durchschnittlich	46	29.30 %	
weniger wichtig	26	16.56 %	
unwichtig	22	14.01 %	

Mittelwert: 3.02; Für 6 von 157 Person(en) (= 3.82%) war die Frage nicht relevant.

Vertriebs Management (Kommentar / Hinweis)

Chancen kleiner Dienstleister bei Konzernen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	38	24.20 %	
wichtig	67	42.68 %	
durchschnittlich	34	21.66 %	
weniger wichtig	9	5.73 %	
unwichtig	6	3.82 %	

Mittelwert: 2.21; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

Kaltakquise pro/contra (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	31	19.75 %	
wichtig	63	40.13 %	
durchschnittlich	33	21.02 %	
weniger wichtig	16	10.19 %	
unwichtig	3	1.91 %	

Mittelwert: 2.29; Für 11 von 157 Person(en) (= 7.01%) war die Frage nicht relevant.

Ergänzende IT-Partnerschaften managen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	24	15.29 %	
wichtig	65	41.40 %	
durchschnittlich	45	28.66 %	
weniger wichtig	15	9.55 %	
unwichtig	6	3.82 %	

Mittelwert: 2.45; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Social Media für KMU (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	25	15.92 %	
--------------	----	---------	---

wichtig	55	35.03 %	
durchschnittlich	39	24.84 %	
weniger wichtig	21	13.38 %	
unwichtig	11	7.01 %	

Mittelwert: 2.59; Für 6 von 157 Person(en) (= 3.82%) war die Frage nicht relevant.

Channel in der Cloud Vernetzung (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	11	7.01 %	
wichtig	45	28.66 %	
durchschnittlich	55	35.03 %	
weniger wichtig	24	15.29 %	
unwichtig	13	8.28 %	

Mittelwert: 2.89; Für 9 von 157 Person(en) (= 5.73%) war die Frage nicht relevant.

Vertriebspartnerschaften (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	28	17.83 %	
wichtig	63	40.13 %	
durchschnittlich	51	32.48 %	
weniger wichtig	11	7.01 %	
unwichtig	3	1.91 %	

Mittelwert: 2.35; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

Außenwirtschaft IT-Projekte grenzüberschreitend (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	11	7.01 %	
wichtig	27	17.20 %	
durchschnittlich	54	34.39 %	
weniger wichtig	38	24.20 %	
unwichtig	21	13.38 %	

Mittelwert: 3.21; Für 6 von 157 Person(en) (= 3.82%) war die Frage nicht relevant.

Compliancegrenzen im Vertrieb, was darf sein (Fußball, Wiesn, Champagner) (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	13	8.28 %	
wichtig	44	28.03 %	
durchschnittlich	43	27.39 %	
weniger wichtig	36	22.93 %	
unwichtig	18	11.46 %	

Mittelwert: 3.01; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

Vertrieb - Direktvertrieb, Kaltakquise, Erstkontakte (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	48	30.57 %	
wichtig	64	40.76 %	
durchschnittlich	26	16.56 %	
weniger wichtig	12	7.64 %	
unwichtig	5	3.18 %	

Mittelwert: 2.11; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Wachstumsmöglichkeiten mit Bestandskunden (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	36	22.93 %	
--------------	----	---------	---

wichtig	74	47.13 %	
durchschnittlich	31	19.75 %	
weniger wichtig	6	3.82 %	
unwichtig	6	3.82 %	

Mittelwert: 2.16; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

Indirekter Vertrieb - Organisationsformen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	26	16.56 %	
wichtig	61	38.85 %	
durchschnittlich	45	28.66 %	
weniger wichtig	11	7.01 %	
unwichtig	9	5.73 %	

Mittelwert: 2.45; Für 5 von 157 Person(en) (= 3.18%) war die Frage nicht relevant.

Zugang zu ignoranten Bereichsleitern (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	26	16.56 %	
wichtig	39	24.84 %	
durchschnittlich	41	26.11 %	
weniger wichtig	29	18.47 %	
unwichtig	18	11.46 %	

Mittelwert: 2.83; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

Neukundenentwicklung (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	59	37.58 %	
wichtig	58	36.94 %	
durchschnittlich	28	17.83 %	
weniger wichtig	7	4.46 %	
unwichtig	3	1.91 %	

Mittelwert: 1.95; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.

Social Networks - Telekommunikation (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	15	9.55 %	
wichtig	51	32.48 %	
durchschnittlich	54	34.39 %	
weniger wichtig	21	13.38 %	
unwichtig	13	8.28 %	

Mittelwert: 2.78; Für 3 von 157 Person(en) (= 1.91%) war die Frage nicht relevant.

Partner Development Forum (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	9	5.73 %	
wichtig	47	29.94 %	
durchschnittlich	56	35.67 %	
weniger wichtig	30	19.11 %	
unwichtig	9	5.73 %	

Mittelwert: 2.89; Für 6 von 157 Person(en) (= 3.82%) war die Frage nicht relevant.

Strategien der Neukundengewinnung (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	60	38.22 %	
--------------	----	---------	--

wichtig	52	33.12 %	
durchschnittlich	31	19.75 %	
weniger wichtig	9	5.73 %	
unwichtig	1	0.64 %	

Mittelwert: 1.95; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

E-Medien als Werkzeuge im SW-Vertrieb (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	26	16.56 %	
wichtig	65	41.40 %	
durchschnittlich	35	22.29 %	
weniger wichtig	18	11.46 %	
unwichtig	12	7.64 %	

Mittelwert: 2.52; Für 1 von 157 Person(en) (= 0.64%) war die Frage nicht relevant.

Erfolgsgeschichten aus den Kooperationsgruppen (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	16	10.19 %	
wichtig	59	37.58 %	
durchschnittlich	48	30.57 %	
weniger wichtig	25	15.92 %	
unwichtig	5	3.18 %	

Mittelwert: 2.63; Für 4 von 157 Person(en) (= 2.55%) war die Frage nicht relevant.

Neukundengewinnung -Leadgenerierung (Einfach-Antwort)

sehr wichtig	50	31.85 %	
wichtig	65	41.40 %	
durchschnittlich	29	18.47 %	
weniger wichtig	10	6.37 %	
unwichtig	1	0.64 %	

Mittelwert: 2.01; Für 2 von 157 Person(en) (= 1.27%) war die Frage nicht relevant.