

Positionierung für IT-Unternehmen

29.06.2026, 15:36 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *summ-it*



Die B2B-Marketing-Agentur summ-it veröffentlicht einen neuen Leitfaden zur Positionierung für IT- und Software-Unternehmen – mit konkreten Handlungsempfehlungen, Praxisbeispielen und einem Entscheidungsrahmen für Geschäftsführer, Vertriebs- und Marketingverantwortliche.

Stuttgart, [29.06.2026] – Öffnet man fünf Websites von IT-Dienstleistern oder Softwareanbietern, findet man dort mit hoher Wahrscheinlichkeit dieselben Begriffe: „führend“, „innovativ“, „zuverlässig“, „partnerschaftlich“. Was fehlt, ist eine klare Antwort auf die entscheidende Frage: Warum sollte ein konkreter Kunde in einer konkreten Situation genau dieses Unternehmen wählen – und nicht den Wettbewerb oder gar nichts tun?

Genau dieser Frage widmet sich der neue Leitfaden von summ-it zur Positionierung für IT-Unternehmen. Er zeigt, dass schwache Positionierung kein Kommunikationsproblem ist, sondern ein Umsatzproblem: Wenn potenzielle Kunden keinen klaren Unterschied zwischen zwei Anbietern erkennen, entscheiden sie nach Preis oder Bestandsbeziehung – nicht nach Kompetenz. Laut einer Studie von Forrester Research nehmen nur 14 % der B2B-Entscheider einen klaren Unterschied zwischen IT-Anbietern in einem Auswahlprozess wahr. In 86 % der Fälle entscheidet deshalb der Preis oder eine bestehende Geschäftsbeziehung.

Der Leitfaden zeigt, was eine belastbare Positionierung von einer bloßen Auflistung von Stärken unterscheidet, und nennt vier Fragen, die jedes IT-Unternehmen präzise beantworten können muss: Für wen genau? Gegen welche Alternativen? Was kann nur dieses Unternehmen? Und welcher messbare Unterschied entsteht für den Kunden? Wer diese Fragen nicht klar beantworten kann, hat laut summ-it keine Positionierung – sondern eine Wunschliste.

Darüber hinaus stellt der Beitrag vier praxiserprobte Positionierungstypen vor – von der Zielgruppen- über die Problem- und Technologie- bis hin zur Outcome-Positionierung –, erläutert deren Stärken und Grenzen und gibt konkrete Hinweise, für welche Unternehmenstypen welcher Ansatz geeignet ist. Ergänzt wird der Leitfaden durch einen Abschnitt zu den fünf häufigsten Fehlern bei der Positionierung von IT-Unternehmen sowie durch Hinweise, wie sich eine klare Positionierung auf Website, Messaging und Vertrieb auswirkt.

„Positionierung entscheidet nicht darüber, wie ein Unternehmen sich selbst beschreibt – sondern darüber, welchen Platz es im Kopf eines potenziellen Kunden einnimmt. Und dieser Platz ist entweder besetzt oder leer“, erklärt Jochen Maier, Geschäftsführer von summ-it.

Der vollständige Leitfaden ist abrufbar im summ-it Blog unter: <https://summ-it.de/content/positionierung-fuer-it->

unternehmen/

summ-it

Demetriusweg 5
70563 Stuttgart
Deutschland

Portrait

summ-it ist eine auf IT- und Software-Unternehmen spezialisierte B2B-Marketing-Agentur mit Sitz in Stuttgart. Das Leistungsportfolio umfasst Marketingstrategie, Content Marketing, Digital Marketing, Inbound Marketing, digitale Leadgenerierung und Marketing Automation. Geschäftsführer Jochen Maier war selbst CMO eines internationalen Softwareunternehmens und bringt diese Kundenperspektive direkt in die Arbeit mit IT- und SaaS-Unternehmen ein.

Pressekontakt

summ-itDemetriusweg 5
70563 Stuttgart
Deutschland

JochenMaier (Geschäftsführer)

jochen.maier@summ-it.de

summ-it.de/

News-ID: 1316412 • Views: 160 (Stand: 02.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1316412/Positionierung-fuer-IT-Unternehmen.html>