

FOUNDRY



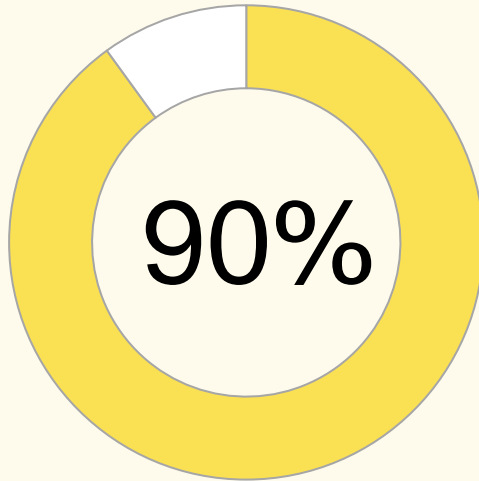
Integrationsplattformen

Multi-Client-Studien 2023



Market Insights

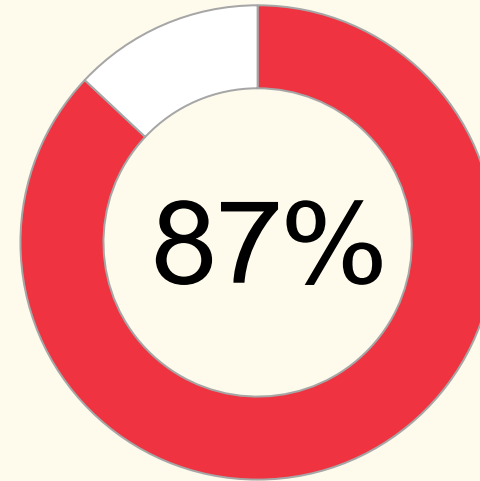
Wissen für Entscheider



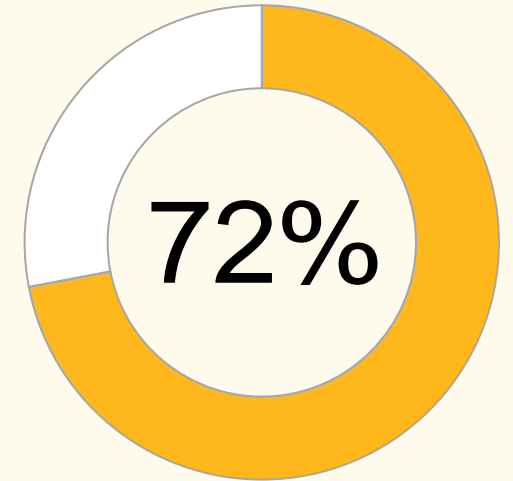
aller IT- und Business- Entscheider beklagen einen **Mangel an hochwertigen und belastbaren Inhalten**, auf die sie sich bei der Entscheidungen für IT-Investitionen stützen können.



Whitepaper, Studien oder Dossiers konsumieren IT- und Business- Entscheider durchschnittlich **vor einer Kaufentscheidung** für ihr Unternehmen.



der IT-Manager nutzen Marktstudien, um sich vor **Investitionen** zu informieren.



sagen, dass es wahrscheinlicher ist, dass sie bei einem Anbieter kaufen, der sie mit der **Vermittlung von Fachinformationen** bei Kaufentscheidungen unterstützt.

Market Insights

Die Multi-Client-Studienreihe



- **Marktforschung** rund um Business-IT & Zukunftstechnologien
- Neueste **Trends** und aktuelle Meinungsbilder
- Wertvolle **Analysen** und **Interpretationen** im Co-Branding mit Studienpartnern
- **Visibilität & Agenda-Setting** über die Technologiemedien CIO, CSO & COMPUTERWOCHE
- Effektive Grundlage für **Content-Marketing**
- Eignung für **zielgruppenoptimierte Maßnahmen** der Lead-Generierung

Integrationsplattformen

Einladung zum Round Table

Freitag, den 28. Oktober 2022 ab 10 Uhr

Auftakt des Studienprojektes ist ein digitaler Round Table der COMPUTERWOCHE.

Ausgewählte Branchenexperten und Spezialisten diskutieren mit Redakteuren der COMPUTERWOCHE über Themen, die aktuell den Markt rund um Integrationsplattformen bewegen, und nehmen darüber auch Einfluss darauf, welche Schwerpunkte im Fragebogen der Studie gesetzt werden.

AGENDA

ab 9:45 Uhr	Einwahl der Teilnehmer
10:00 Uhr	Begrüßung durch Stefan Huegel, (Mitglied der Geschäftsleitung)
10:15 Uhr	Redaktioneller Round Table
11:45 Uhr	Die nächsten Schritte im Studienprojekt sowie Vorstellung der Partnerpakete für die Studie
12:00 Uhr	Fragen und Verabschiedung

Integrationsplattformen

Round Table

Integrationsplattformen gehören zusammen mit **Low-Code/No-Code** und **Robotic Process Automation (RPA)** zu den wesentlichen Elementen der **Hyperautomatisierung**. Als eine Art IT-Baukasten schaffen sie die Möglichkeit, Datensilos endgültig zu beseitigen, indem sie verschiedene Systeme und Applikationen zu einem Prozess zu verbinden und den Datenaustausch ermöglichen - innerhalb eines Unternehmens, mit der Cloud oder Anwendungen einer anderen Organisation. Waren Middleware- oder Enterprise-Application-Integration-(EAI-)Plattformen früher eher Behelfslösungen, um die Lücken zwischen verschiedenen Software-Apps zu schließen, haben heutige Integrationsplattformen eine komplett andere Aufgabe: Als Datendrehscheibe sind sie ein wichtige Voraussetzung für die digitale Transformation.. Sie erlauben die Automatisierung besonders effizienter und kundenorientierter Geschäftsprozesse.

Mit dem höheren technologischen Reifegrad und der gestiegenen Komplexität des Themas ergeben sich aber auch neue Fragestellungen für die Anwenderunternehmen. Dazu zählt etwa die Frage, worauf sie angesichts der wachsenden Anzahl an Lösungen im Markt bei der Auswahl einer **Integrationsplattform** achten sollten. Reicht es, dass ein System skalierbar ist und sich relativ flexibel an die sich wandelnden Aufgaben anpassen lässt, anstatt zu bremsen?

Welche Rolle spielen Themen wie User Experience, Compliance, Security und Resilienz? Wieviel Know-how muss man intern vorhalten? Und welche Nutzungsform ist die geeignetste: On-Premises, hybrid oder Cloud-native? Der Round Table **Integrationsplattformen** geht gezielt diesen und weiteren Fragen auf den Grund.

Integrationsplattformen

Mögliche Fragestellungen beim Round Table

- Integrationsplattformen: Alter Wein in neuen Schläuchen?
- Welcher Ansatz ist bei der Auswahl einer Integrationsplattform besser: Best of Breed oder Best of Suite?
- Wie muss sich ein Unternehmen aufstellen, um die Vorteile einer Integrationsplattform richtig zu nutzen?
- Wie stellt man angesichts der engeren Verzahnung von Anwendungen Aspekte wie Security, Compliance und Resilienz sicher?
- Welche Integrationsziele stehen bei Unternehmen im Vordergrund, bzw. sollten priorisiert werden?
- Schrittweise oder Big Bang? Wie integriert man eine Integrationsplattform?
- Wieviel Integrations-Know-how sollte ein Unternehmen intern vorhalten?
- (Wie) kann man einem Vendor-Lock-in vermeiden?
- Welche – aktuelle und künftige – Rolle spielen KI und ML?

Integrationsplattformen

Studiendesign

Herausgeber

Die **redaktionellen Technologiemarken**
CIO, CSO und COMPUTERWOCHE

Methode

Online-Befragung (CAWI =Computer Assisted Web Interview)

Fragebogen

Maximal **25 bis 30 Fragen** in Abstimmung mit den Partner der Studie. Möglichkeit für Partner, bestehende Fragestellungen zu ergänzen oder gänzlich neue Fragestellungen einzubringen.

Grundgesamtheit

Oberste (IT-) **Verantwortliche von mittelständischen und großen Unternehmen sowie Konzernen** in der D-A-CH-Region: strategische Entscheider im C-Level-Bereich, IT-Entscheider & IT-Spezialisten aus dem IT-Bereich sowie Fachentscheider aus den Fachbereichen.

Teilnehmergenerierung

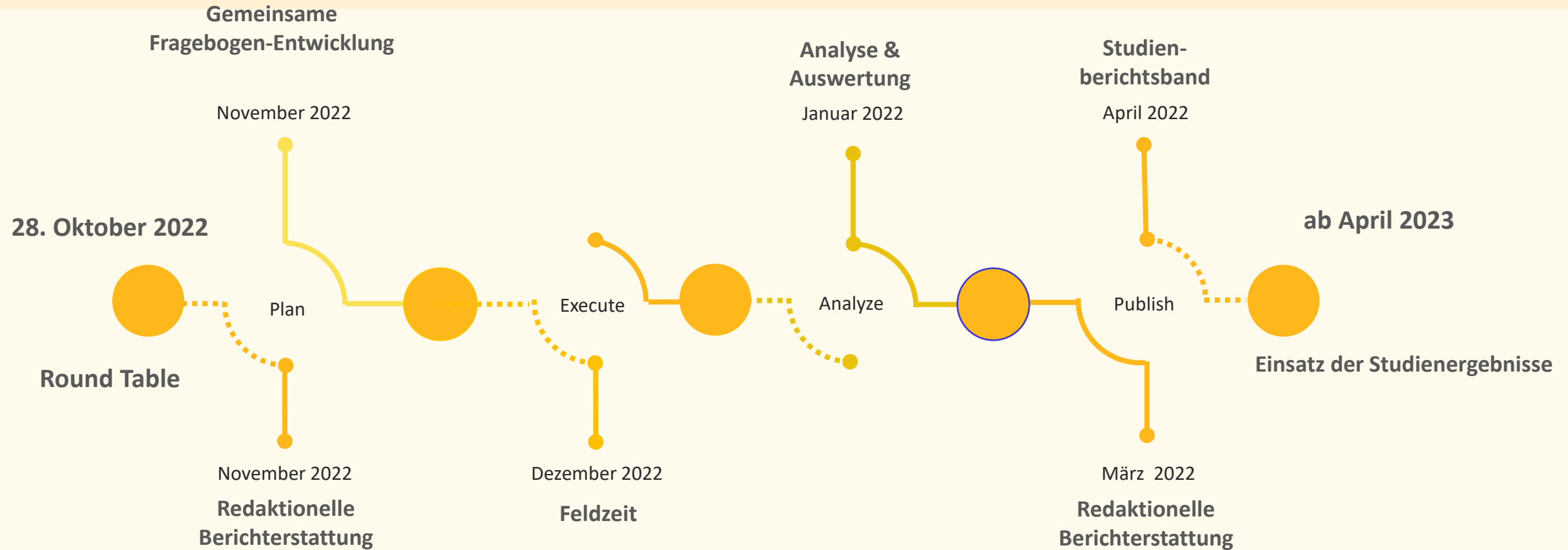
Persönliche E-Mail-Einladung über die Entscheiderdatenbank von CIO, CSO und COMPUTERWOCHE mit weit über 500.000 Ansprechpartnern aus allen Unternehmensbereichen. Bei Bedarf zur Erfüllung von Quotenvorgaben: gezielte Einladung von Personen aus den o.g. Zielgruppen über Online-Access-Panels.

Stichprobengröße

Mindestens **n=300 Completed Interviews** (qualifiziert in puncto Funktion im Unternehmen, Branche, Beschäftigtenzahl, Umsatz und IT-Budget)

Integrationsplattformen

Zeitablauf des Studienprojekts*



Market Insights

Die Studien- module

Research Services der Technologiemarken CIO, CSO und COMPUTERWOCHE



Market Insights

Grundidee, von der Sie als Studienpartner profitieren

Research Content

Sie haben exklusiven Zugriff auf sämtliche Ergebnisse der Studie. Individuelle Sonderauswertungen und Kreuztabellierungen kommen hinzu.



Content Marketing

Erstellen Sie Whitepaper, Webcasts und Social Media-Kampagnen auf Basis der Studienergebnisse. Der Content ist unique



Thought Leadership

Generieren Sie für Ihr Unternehmen Sichtbarkeit im Markt und Glaubwürdigkeit gegenüber bestehenden und neuen Kunden.

Market Insights

Alle zur Verfügung stehenden Studienmodule in der Übersicht

Basis-Modul

- Offizieller Studienpartner der Studie
- Zugriff auf alle Studienergebnisse
- Komplette Nutzungs- und Vermarktungsrechte
- Studien-Report (PDF)
- Nennung als Studienpartner im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung

EUR 9.900,-

Content-Module

- Platzierung eigener Fragen
- Branchen-Reports
- Spotlight-Reports
- Zusätzliche Ländermärkte
- Infographik
- Studien-Whitepaper

Marketing-Module

- Social Media
- Spotlight Mailing
- Insight Mailing
- Lead Generierung
- Video Interview
- Webcast

Market Insights

Content-Module in der Übersicht (Preisliste Nr. 9, gültig ab 15.11.2022)

Corporate Profile

Doppelseitiges Unternehmensprofil
im Studienband

EUR 2.000,-

Platzierung eigener Fragen

Implementierung im Studienfragebogen,
Erhebung und Auswertung der Ergebnisse

EUR 1.500,- je Frage

Spotlight-Report

mit einem Key Finding inkl. Analysten-
Statement und grafischer Darstellung

EUR 2.500,-

Studien-Whitepaper

mit drei (oder mehr) kommentierten Key
Findings im Stil des Studienreports

ab EUR 4.900,-

Branchen-Report

Auswertung der Studienergebnisse mit
Blick auf eine oder mehrere Branchen

ab EUR 2.500,-

DataSnapshot

zu einem oder mehreren Studienergebnissen in
moderner, Social-Media-tauglicher Anmutung

ab EUR 2.500,-

Länderstichproben

Erhebung in weiteren Ländermärkten
außerhalb der D-A-CH-Region

auf Anfrage

Market Insights

Marketing-Module in der Übersicht

Whitepaper

bestehend aus individualisiertem Studiencover, Editorial, fünf ausgewählten Key Findings der Studie sowie halbseitigem Unternehmensporträt

Lead-Generierung

innerhalb Ihrer individuell abgestimmten Zielgruppe

Social Media*

inklusive garantierter Engagements (Klicks, Views, Likes)

Stand-Alone Mailing

mit Verweis auf Landing Page des Studienpartners an 5.000 Empfänger

Spotlight Mailing*

mit Spotlight-Report oder Infographik an 5.000 Empfänger

Insights Mailing*

mit Studien-Whitepaper an 5.000 Empfänger

Video-Interview

inkl. Veröffentlichung auf CIO, CSO oder COMPUTERWOCHE

Webcast*

Das interaktive Bewegtbild-Format für Ihre individuelle Zielgruppe

** Kein Bestandteil eines der vorkonfigurierten Partnerpakete
Alle Preise auf Anfrage: Kalkulation nach individueller Konfiguration*

Market Insights

Vorkonfigurierte Partnerpakete (Preisliste Nr. 9, gültig ab 15.11.2022)

Basis-Modul

- Offizieller Studienpartner der Studie
- Zugriff auf alle Studienergebnisse
- Komplette Nutzungs- und Vermarktungsrechte
- Studienberichtsband (PDF)
- Nennung als Studienpartner in der redaktionellen Coverage

EUR 9.900,-

Silber-Paket*

- Unternehmensprofil im Studienberichtsband
- Studien-Whitepaper

EUR 14.900,-

Gold-Paket*

- Platzierung einer individuellen Frage innerhalb des Studienfragebogens
- Unternehmensprofil im Studienberichtsband
- Studien-Whitepaper
- Lead-Paket (inkl. 30 Marketing-Qualified-Basis-Leads)
- Stand-Alone Mailing

EUR 19.900,-

Platin-Paket*

- Platzierung einer individuellen Frage innerhalb des Studienfragebogens
- Unternehmensprofil im Studienberichtsband
- Studien-Whitepaper
- Lead-Paket (inkl. 60 Marketing-Qualified-Basis-Leads)
- Stand-Alone Mailing
- Video-Interview auf CIO, CSO, COMPUTERWOCHE

EUR 24.900,-

** Die aufgeführten Pakete umfassen auch die Leistungen des Basismoduls. Der angegebene Paketpreis versteht sich jeweils als Gesamtpreis.*

Ihr Kontakt



Regina Hermann

Senior Sales Manager, Research
rhermann@idg.de
+49 89 36086 161



Manuela Rädler

Sales Manager, Research
mraedler@idg.de
+49 89 36086 271

FOUNDRY

