AUSGABE 1 - SEPTEMBER 2025

DER RESEARCHER

INSIGHTS, GEDANKEN & IMPULSE ZUM ICT-MARKT FÜR MARKETING, VERTRIEB & STRATEGIE

Erscheint 10x jährlich

THEMA

Die Disintegration - die Challenge der Markt-polarisierung

Branchenübergreifende Muster und Strategien für Schweizer ICT-Anbieter

MSM Research AG - Postfach 191 - CH-8201 Schaffhausen
www.msmag.ch - info@msmag.ch - Telefon +41 52 624 21 21
Kontakt: Corinne Jost, Head of Marketing, c.jost@msmag.ch

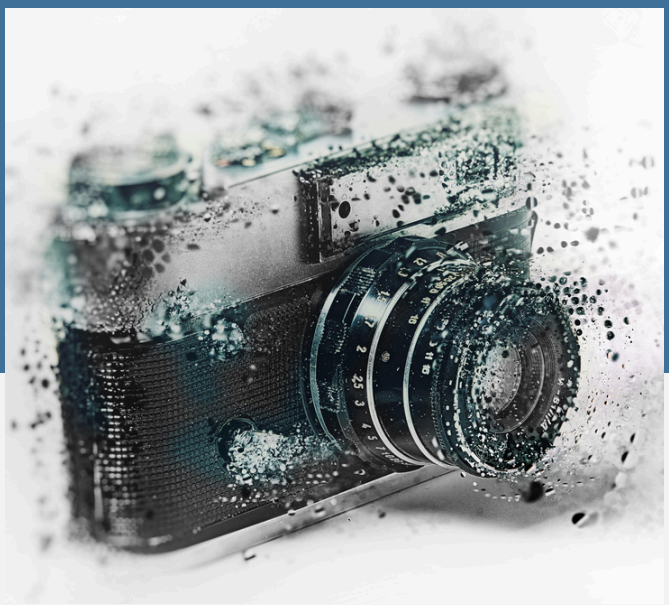
INHALTSVERZEICHNIS

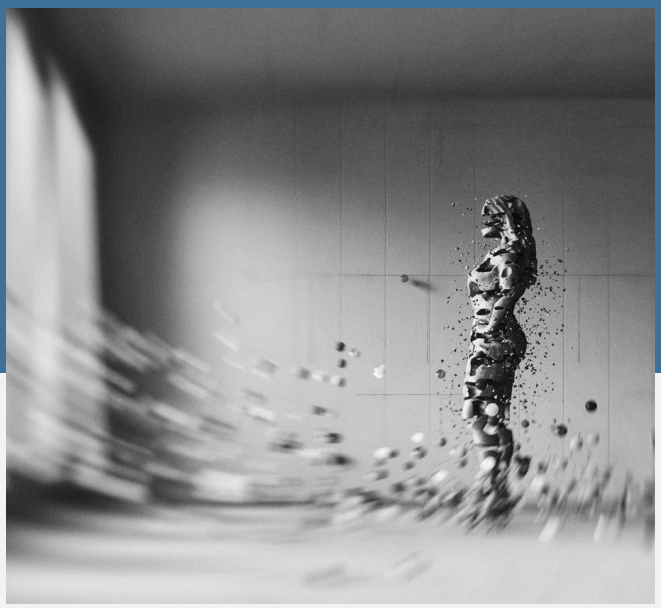
Die neue Weltenteilung im ICT-Markt	Seite 3-8
Beispiele aus anderen Branchen	Seite 9
Implikationen für den Schweizer ICT-Markt	Seite 10
Strategische Imperative für Schweizer ICT-Anbieter	Seite 11
Kritische Einordnung und Ausblick	Seite 12
Fazit	Seite 13
Impressum	Seite 14

COPYRIGHT

Dieser Inhalt wurde von MSM Research AG für ihre Kunden erstellt. Die darin enthaltenen Informationen und Angaben wurden gewissenhaft und mit grösstmöglicher Sorgfalt und Korrektheit ermittelt. Annahmen und Schätzungen sind unumgänglich, sie entsprechen unserem aktuellen Wissensstand. Prognosen sind nur zum Datum der Publikation aktuell und können sich jederzeit verändern. Für deren Vollständigkeit und Richtigkeit kann jedoch keine Garantie übernommen werden. Das Copyright und alle Rechte an den Daten verbleiben bei der MSM. Der Inhalt ist nur für den internen Gebrauch im Unternehmen zu nutzen. Verkauf und Verleih sowie jede Wiedergabe, Weitergabe an Dritte und Veröffentlichung sind nicht gestattet.

Copyright by MSM Research AG, 2025





Die neue Weltenteilung im ICT-Markt

Seit bald drei Jahrzehnten beobachten und verfolgen wir im ICT-Markt wiederholt eine tiefgreifende Veränderung, die wir als Disintegration bezeichnen: die Aufspaltung ehemals integrierter Komplettanbieter in spezialisierte Lösungs- und Komponentenanbieter. Was vor rund 25 Jahren die Hardware- und Softwarehersteller betraf, wiederholt sich nun in einer zweiten Welle, angetrieben durch die unaufhaltsame Kraft des Cloud Computing und der Digitalisierung.

Diese neue Disintegration erfasst die gesamte Anbieter-Community, insbesondere den Channel – Systemhäuser, Integratoren und Service Provider. Der einst homogene ICT-Markt zerfällt weiter in spezialisierte Teilmärkte mit eigenen Gesetzmässigkeiten.

«Die Weltenteilung im ICT-Markt oder die Auflösung und das Verschwinden des Mittelfelds – dies wird sich auch im Cloud- und KI-Markt wiederholen.»

Die zentrale Frage bleibt drängender denn je: Wie positionieren sich Anbieter erfolgreich in dieser fragmentierten Landschaft, insbesondere in einem anspruchsvollen Markt wie der Schweiz?

«Die Disintegration ist nicht neu - die Kernherausforderung dabei: Polarisierung und die Gefahr der Mitte.»

Die Marktpolarisierung oder Weltenteilung (Disintegration), oft auch als „Squeezed Middle“ oder „Hollowing out of the Middle“ bezeichnet, ist nicht neu und auch nicht nur ein Phänomen, das die ICT-Branche betrifft.

Sie ist vielmehr eine ökonomische Theorie, die beschreibt, wie in reifen Märkten die mittleren Preissegmente und Angebotskategorien unter Druck geraten und verschwinden. Der Markt spaltet sich stattdessen in zwei durchaus erfolgreiche, aber gegensätzliche Pole auf.

Der Premium-/Spezialisten-Pol
Hier positionieren sich Anbieter, die überragende Qualität, starke Marken, hohe Innovationskraft oder eine hohe Spezialisierung bieten. Kunden sind bereit, für diesen Mehrwert einen Aufpreis zu zahlen. Im ICT-Markt sind das heute beispielsweise hochspezialisierte Cybersecurity-Firmen, KI-Entwickler oder Anbieter von speziellen Branchenlösungen.

Der Preis-/Mengen-Pol
An diesem Pol agieren Anbieter, die durch hohe Effizienz, Standardisierung und enorme Skaleneffekte niedrige Preise realisieren können. Sie bedienen den Massenmarkt. Im ICT-Bereich sind das die Hyperscaler, die standardisierte Rechenleistung und Speicher zu günstigen Preisen anbieten, oder auch Hersteller von Commodity-Hardware.

Das Problem des Mittelfelds
Unternehmen in der Mitte haben kein klares Profil. Sie sind nicht billig genug, um im Massenmarkt mitzuhalten und nicht stark oder spezialisiert genug, um die Preise der Nischen-Anbieter zu rechtfertigen.

Sie bieten von allem etwas, aber nichts herausragendes. Ihr Werteversprechen wird für den Kunden unklar. In einer Krise oder bei starkem Wettbewerb sparen Kunden. Sie gehen entweder zum billigsten Anbieter oder sie investieren gezielt in die beste Lösung. Das Mittelfeld wird bei dieser Entscheidung übergangen und verliert von beiden Seiten Marktanteile, bis es schliesslich "ausgehöhlt und zwischen den Polen zerrieben wird".

Die treibenden Kräfte hinter dieser theoretischen Entwicklung sind handfeste wirtschaftliche Vorteile der jeweiligen Pole.

Skaleneffekte der Grossanbieter
Grosse ICT-Dienstleister profitieren von erheblichen Vorteilen. Sie können durch ihre Grösse niedrigere Kosten realisieren, ein breites Portfolio aus einer Hand anbieten (One-Stop-Shop) und grosse Summen in globale Präsenz, Marketing, Forschung und die Akquise von Top-Talenten investieren. Für grosse, internationale Kunden sind sie oft die einzig logische Wahl, da sie komplexe Grossprojekte über Ländergrenzen hinweg stemmen können.