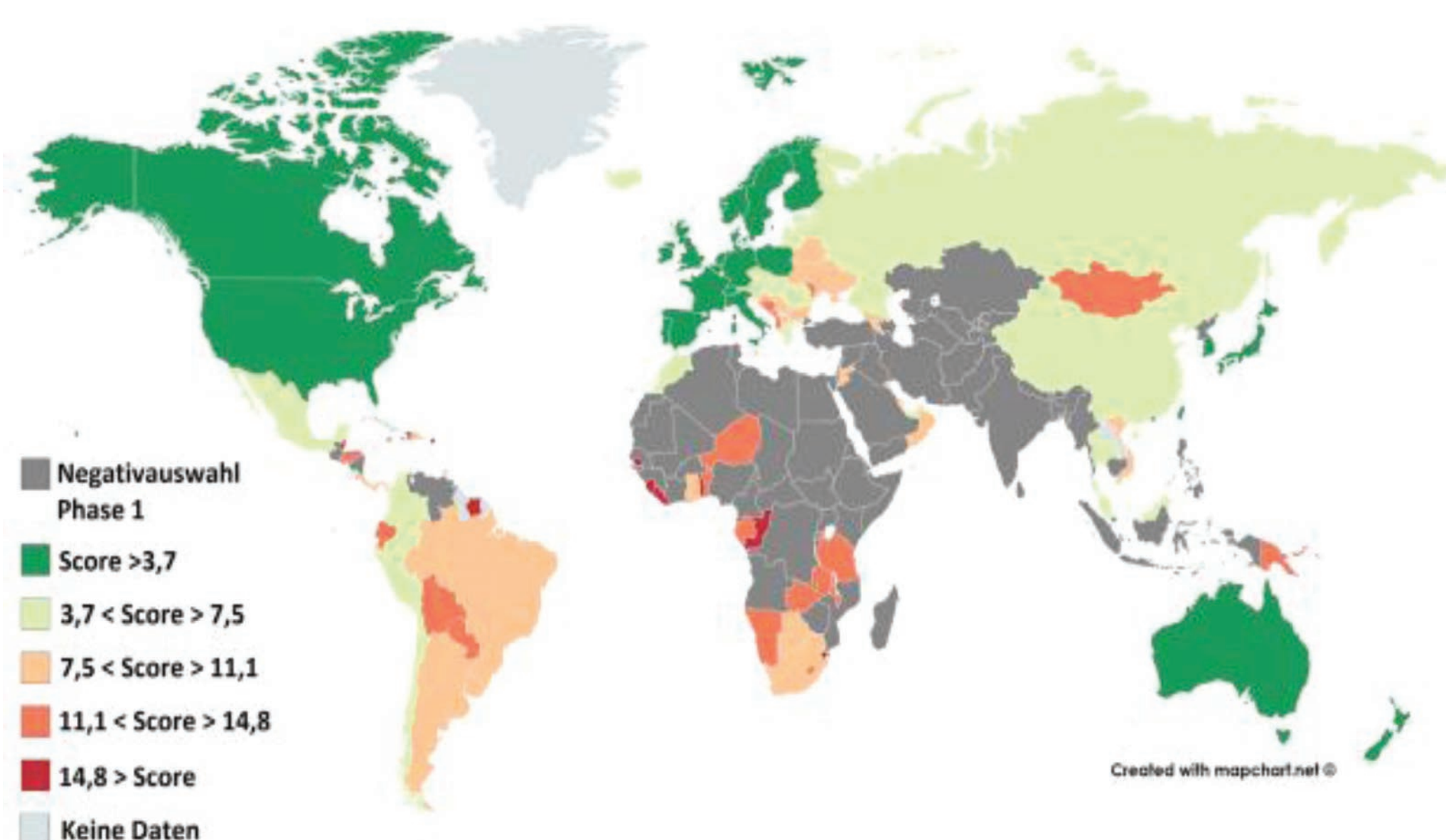


Internationalisierung eines Softwareprodukts anhand von YellowMaps

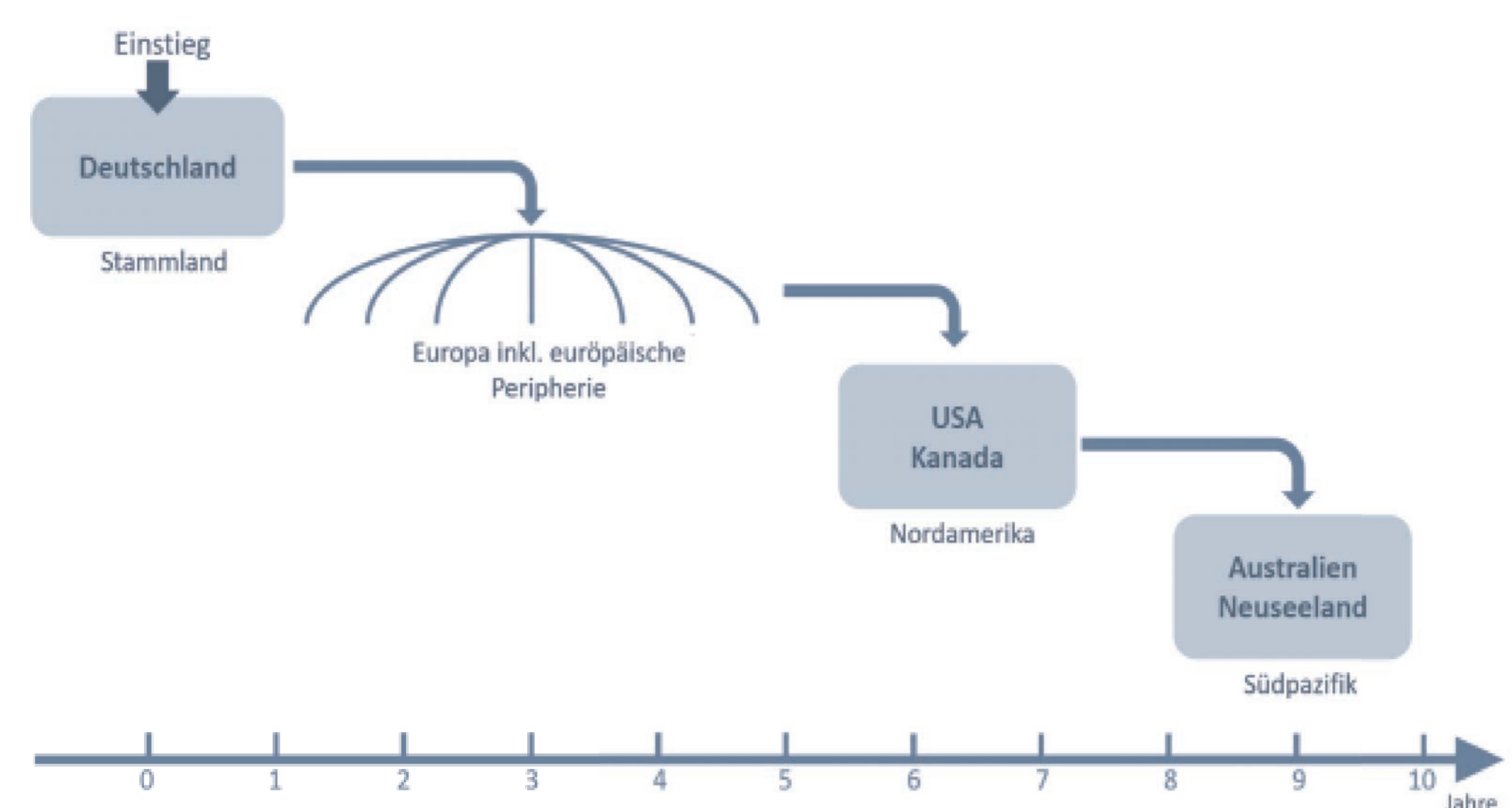
Der Kartenmarkt ist ein essentieller Bestandteil des Softwaremarktes. Dieser Markt wird von einigen wenigen Marktmächten dominiert, jedoch gibt es auch hier Bedarf nach günstigen Alternativen und individuellen Lösungen. Da diese Bedürfnisse von den Marktführern nicht bedient werden, eröffnet sich hier ein Raum für Nischenmärkte und neue Anbieter.

Auch wenn der Vertrieb von Softwareprodukten über das Internet auf den ersten Blick einfach erscheint, birgt dieser doch gewisse Risiken und Barrieren. Unter anderem erschweren die nötige Beratung bei komplexeren Softwarelösungen sowie institutionelle und politische Hindernisse den wichtigen Schritt in Richtung Internationalisierung.

Nach einer Analyse des IST-Zustands des Produkts YellowMaps wird mittels eines Scoring-Verfahrens dargestellt, welche Märkte großes Potential mit sich bringen.



Da verschiedene Ländermärkte auch unterschiedliche Eigenschaften wie Markteintrittsbarrieren haben, können diese auch länderspezifische Differenzen aufweisen. So ist beispielsweise der Markteintritt in Nordamerika auf Grund der bestehenden Local Content Vorschriften Faktoren mit größeren Risiken behaftet als die europäische Expansion.



Da im Markt der individuellen Kartenlösung der größte Wettbewerber Mapbox bislang den Fokus auf Nordamerika legt, gilt es in Europa Pioniergewinne abzuschöpfen um Markteintrittsbarrieren durch Markentreue gegenüber neuen Anbietern aufbauen zu können.

Im Allgemeinen ergibt sich eine sehr positive Zukunftsperspektive für das Kartenprodukt YellowMaps, da dieses auch zukünftig einen kritischen Erfolgsfaktor für das unternehmerische Handeln der Kunden darstellt und eine preiswerte Alternative zu den Marktführern bietet.