

Drei Fragen an...

...den Vorstand

Laut Ihren Aussagen, liegt der strategische Fokus der NorCom Information Technology AG auf der Gewinnung von Partnern. Welche Kooperationen stellen Sie sich konkret vor? Welche Unternehmen kommen als Partner in Frage?

Unser Ziel für 2018 ist, zwei bis drei Partner für unsere Produkte zu gewinnen. Unser Hauptaugenmerk liegt auf Technologie- und Vertriebspartnern.

Technologiepartner können bspw. Firmen sein, die über Branchen-Know-how verfügen und dieses nutzen, um auf unseren Produkten App-Anwendungen zu programmieren. Diese App-Partner tragen so dazu bei, DaSense und EAGLE praxisrelevant zu erweitern.

Eine weitere Form von **Technologiepartnern** sind Unternehmen, die ein komplementäres Produkt anbieten und die unsere Lösungen als sinnvolle Erweiterung bei ihren Kunden positionieren können. Hierzu zählt derzeit etwa MapR.

Vertriebspartner können zum einen Projektpartner sein: Das Partnerunternehmen bietet dann unsere Produkte bei eigenen Bewerbungen mit an.

Ebenso denkbar sind **White Labeling** Kooperationen. Hier integriert der Partner unsere Produkte in seine eigene Lösung, NorCom, DaSense oder EAGLE tauchen als Name nicht auf. Unsere Lösungen werden komplett in das Produktportfolio des Partners integriert.

Wie entwickeln sich die Gespräche mit Partnern? Ist bald mit Neuigkeiten zu rechnen?

Wir sind mit einigen interessanten Firmen im Gespräch und veröffentlichen deren Namen, sobald aus unserer Sicht eine hinreichende Wahrscheinlichkeit für ein Zustandekommen der Partnerschaft besteht. Gerade bei umfassenden Vertriebspartnerschaften sind jedoch verschiedene Abteilungen involviert und die Verträge recht komplex. Bei den Verhandlungen müssen viele Aspekte berücksichtigt werden – daher ist Geduld nötig.

Wie wollen Sie sicherstellen, dass NorCom für Partner attraktiv bleibt?

Indem wir uns auf unsere Kernkompetenz konzentrieren: NorCom ist ein kleines Technologieunternehmen, dessen Stärke es ist, Markttrends zu erspüren und sehr schnell umzusetzen. Um diesen Status zu erhalten, wollen wir kontinuierlich in unsere Produktentwicklung investieren. Wenn wir innovative Produkte bieten können, die eine Marktlücke schließen, werden wir ein interessanter Partner bleiben.

Die Betaversion eines neuen Big Data Produktes planen wir gegen Ende des Jahres im Markt zu launchen.