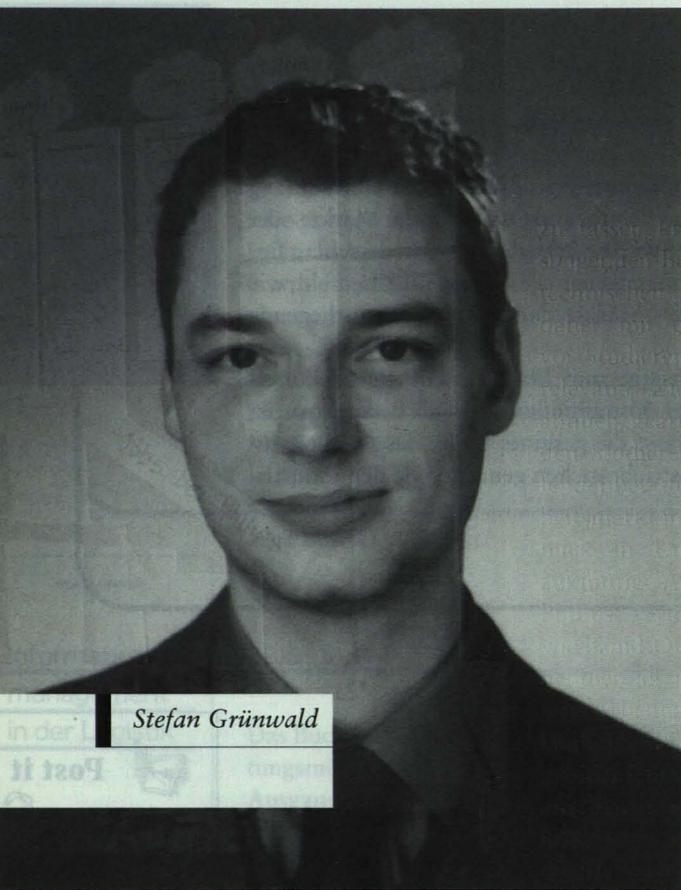


# Neue Medien/Internet/Trends



Stefan Grünwald

Jeder Befähigte und Unbefähigte meint zur Zeit, ein Statement zum Thema e-Business abgeben zu müssen. Gerade in Österreich klappt eine große Lücke zwischen Wort und Tat in diesem Bereich. Einige bescheidene (im internationalen Vergleich) Erfolge von Internet-Startups können nicht darüber hinwegtäuschen, dass wir wieder einmal hinterherhinken, erfolgreiche Geschäftsmodelle kopieren und damit immer nur Zweiter (oder Dritter, Vierter, ...) bleiben werden. Dabei bietet das Medium Internet gerade Neueinsteigern noch nie vorhandene Chancen – Kreativität vorausgesetzt. Durch den Verkauf von Büchern oder CDs wird man heute keinen globalen Geschäftserfolg mehr landen, höchstens – durch die physische Präsenz – regional bestehen können.

Die meisten Paradeunternehmen im Internet wurden um das Jahr 1995 gegründet und haben einen entscheidenden Vorsprung: fünf Jahre, um Marktanteile auszubauen, Kunden zu gewin-

nen und zu binden. Es ist nicht von Belang, dass Amazon die nächsten zehn Jahre nicht in die Gewinnzone kommt. Der bei den amerikanischen Marktführern inzwischen positive operative Cash-flow wird investiert – in neue Kunden, Angebote und Technologien – und somit der Vorsprung weiter ausgebaut. Der Kapitalmarkt honoriert diese Wettbewerbsvorteile mit scheinbar zu hoch bewerteten Aktien. Das Vertrauen in die Zukunft dieser „Internet-Dinosaurier“ rechtfertigt auch diese Kurse und lässt die restlichen 90% der neuen Startups davon profitieren, weil sich Anleger auf alles stürzen, was nur im entferntesten mit dem Thema Internet zu tun hat (das wird sich in Kürze ändern).

Um die Chance zu nützen, müssen neue kreative Geschäftsmodelle entwickelt und umgesetzt werden. Unterstützt werden mutige Unternehmensgründer durch die Tatsache, dass etablierte, heute erfolgreiche Unternehmen große Probleme bei der Nutzung des Internets haben, da die Synergien in bezug auf das traditionelle Geschäft bescheiden sind. Viele sehen nur einen neuen Vertriebskanal und haben (unbegündete) Angst vor der eigenen Kannibalisierung. Die hohe Effizienz bestehender Geschäftsprozesse stellt keinen Vorteil dar, da die Prozesse für e-Commerce neu gestaltet werden müssen. Auch optimierte Vertriebskanäle spielen eine untergeordnete Rolle, da die neue Art der Geschäftsabwicklung eine Endverbraucherlogistik benötigt. Ein weiterer Grund liegt in der menschlicher Natur – derzeitige Umsatzträger wehren sich gegen die neue „Konkurrenz“.

Es gibt noch einige Punkte, die gegen bestehende gut funktionierende Unternehmen und für Internet-Neugründungen sprechen – die Rahmenbedingungen sind auch bei uns gegeben. Die größte Schwierigkeit stellt der fortgeschrittene Zeitpunkt dar, um gegen etablierte Internet-Unternehmen bestehen zu können. Mit Ideenreichtum ist auch dies zu bewältigen ...auch in Österreich.

Klaus Offer