

Wandel in der New Media-Branche: Chance oder Krise?

„Auch e-Business ist Business“

39. Medienstammtisch Köln im Rahmen der exponet 2001
Köln, den 20. November 2001

Wilko Reinhardt
e-trend Media Consulting GmbH

Wandel in der New Media-Branche: Über welchen Wandel sprechen wir?



Wir sprechen über einen Wandel von der **Euphorie** für das faszinierende Medium Internet hin zu e-Business-Lösungen und Dienstleitungen, die

- **wirtschaftlich** sinnvoll sind
- und die einen hohen **Kundennutzen** haben.

Wandel in der New Media-Branche: Von der Euphorie zur Wirtschaftlichkeit



- **Die Finanz- und Unternehmenswelt hat in den letzten fünf Jahren viele Ideen und Vorhaben im Internetumfeld mit Milliardensummen finanziert.**
 - Bisweilen mit wenig Geschäftsverständnis und Kenntnis des Internets.
 - Das Schlagwort Internet reichte aus, um jede noch so spärliche Idee zu finanzieren.
- **Es zählten extreme Versprechungen von Zuwachsraten an Umsatz und Nutzerzahlen.**
 - Die Vernunft, ob sich ein Geschäftsmodell je rechnet, blieb auf der Strecke.

Trotz des Börsenhypes in den letzten Jahren: Die ökonomischen Grundregeln sind gleich geblieben



- **Die Wirtschaftlichkeit von Geschäftslösungen ist entscheidend und nicht deren technische Mach- oder Wünschbarkeit.**
- **Ein Angebot im Internet muss daran gemessen werden, ob es einen**
 - direkten Gewinn erwirtschaftet
 - neue Kunden für ein Unternehmen gewinnt
 - oder Prozesse so optimiert, dass eine entsprechende Summe eingespart wird.

Erfolgsfaktor Nummer 1

Kundennutzen



Wenn Sie den Kundennutzen nicht kennen, ist die Sache hoffnungslos!
(Branco Weiss, Unternehmer)

Für Kunden ist es wichtig, dass das Leben leichter und bequemer wird!



- **D.h. der Kunde spart Zeit und Geld!**

- **Viele Websites sind an den Unternehmensstrukturen und nicht am Kundenprozess ausgerichtet.**

- **Hat der Kunde immer einen positiven Nutzen, wenn er im Internet bestellt?**
 - Wie lange braucht es, bis der Kunde die Ware in den Händen hält?
 - Ist der Kunde zuhause, wenn die Lieferung kommt?
 - Ist in der Lieferung die Ware enthalten, die bestellt wurde?
 - Ist die Ware in Ordnung?
 - Wie läuft der Reklamationsprozess ab?

Internet ist nicht nur Versandhandel

„Es gibt einen Nutzen neben dem reinen e-Commerce“



- Werden wir alle zu **Versandhauskunden**, die an jedem Ort und zu jeder Zeit online Waren bestellen?
- Viel wahrscheinlicher ist eine „Online-/Offline“-Integration
 - Wo erhalte ich die Ware in meiner Umgebung?
- Viele Internetnutzer recherchieren im Web bevor sie im stationären Handel einkaufen (BCG-Studie).

Statistik 2001

Die Kundenbasis im Internet ist da!



- **25 Millionen Menschen sind in Deutschland online***
 - 45% der 14 bis 69-jährigen deutschsprachigen Bevölkerung nutzen das Internet
- **75% Reichweite bei den Jugendlichen***
 - Eine Generation wächst komplett mit dem Internet auf.
- **75% aller Internetnutzer sind binnen einer Woche erreichbar***
 - 46% der Nutzer geben an, gestern oder heute das letzte mal im Internet gewesen zu sein.
- **Das Internet wurde in lediglich 5 Jahren zum Massenmedium (mehr als 50 Millionen Nutzer).**
 - Radio: 38 Jahre
 - Fernsehen: 13 Jahre

* Quelle: GfK Online-Monitor 7. Welle; Basis: deutschsprachige Bevölkerung (14-69J)

Internetnutzer: Die Herausforderungen



- **Auch die Nutzer sind noch in einer Lernphase:**
 - Kernentwicklung des Internets ist gerade mal 5-6 Jahre alt
 - Es kommen ständig auch technisch nicht affine Nutzer hinzu
- **Die Anbieter müssen den Nutzer positiv bestärken:**
 - Einfaches Auffinden von Informationen
 - Klar kommunizierte Regeln
 - Perfekter Service und Prozesse
- **Jede negative Erfahrung schreckt ab und schadet unter Umständen allen Internetanbietern.**
- **Aber der Internetnutzer muss auch akzeptieren, dass nicht alles auf Dauer kostenlos sein kann:**
 - Informationen und Dienstleistungen müssen mit einer Währung bezahlt werden
 - Währungen: Geld, Aufmerksamkeit oder Informationen zur Person

Wandel in der New Media-Branche: Krise



In eine Internet- Krise sind die Unternehmen gekommen, die

- **den geschäftlichen Erfolg nicht in den Mittelpunkt stellen**
- **meinen, Internet kann „nebenberuflich“ erstellt werden**
- **dem Kunden und seinen Anforderungen nicht entgegenkommen**
- **Meinen, dass bunte, animierte Seiten sind schick und der eigentliche Nutzen steht im Hintergrund.**

Wandel in der New Media-Branche: Chancen



- **In den letzten Jahren wurden viele positive und negative Erfahrungen gesammelt. Es gilt jetzt aus diesem Erfahrungen zu lernen.**
- **Internetangebote werden mittlerweile erwartet. 25 Millionen Nutzer können nicht mehr ignoriert werden.**
- **Das jetzt investierte Geld wird in realistische Businessmodelle gesteckt. Dies schützt vor einem neuen und schädlichen Hype.**
- **Es werden die Dienstleister überleben, die helfen, den Bedarf der Nutzer effizient zu decken.**

Fazit:

Auch e-Business ist Business



- **Der Kundenbedarf muss im Mittelpunkt stehen.**
- **Es ist jetzt die Zeit, Internetaktivitäten realistisch zu planen.**
- **Operative Hektik ist kontraproduktiv**
- **Der wirtschaftliche Fokus ist entscheidend: Internetaktivitäten müssen dem Gesamtgeschäft eines Unternehmens dienen.**
- **... Und last but not least:**

Fazit:

Auch e-Business ist Business



Durchhaltevermögen ist gefragt:

Es nutzt nichts, auf halbem Weg anzuhalten, nur weil es gerade „in“ ist, von einer Krise zu sprechen!

e-trend Media Consulting GmbH

Unternehmensdarstellung



e-trend: „Mehrweb“ für Ihr Business

Das Internetberatungshaus e-trend hat seinen Geschäftsfokus konsequent auf unabhängige Beratung und Projektentwicklung für internetbasierte e-Business-Lösungen gelegt. Mit seinem ganzheitlichen Beratungsansatz stellt e-trend die geschäftlichen, medialen und technischen Aspekte des e-business seiner Kunden in den Mittelpunkt. Im Zentrum der Beratung stehen dabei die Erreichung der Unternehmensziele sowie die effiziente Gestaltung aller Prozesse der Wertschöpfungskette und der Kundenbeziehung. Damit wird e-trend den wachsenden Anforderungen vieler Unternehmen nach einer unabhängigen, interdisziplinären und mehrwertorientierten Beratung für ihr e-Business gerecht.

e-Business wird zur Chefsache

e-Business ist mittlerweile in fast allen großen Unternehmen zu einem der wichtigsten strategischen Faktoren und damit zur Chefsache geworden. Daher richtet sich e-trend vor allem an das Topmanagement sowie an Entscheider in Unternehmensbereichen wie Marketing und IT.

Architekt und Bauräger für das e-Business

Konsequent unterstützt e-trend seine Kunden bereits bei der Visions- und Strategiefindung und begleitet das Projekt von der inhaltlichen und technischen Konzeption bis zur mediengerechten Umsetzung und der Überleitung in den Betrieb. Das Internetberatungshaus unterstützt seine Kunden dabei als unabhängiger Projektleiter, Berater und Coach. Die langjährige Zusammenarbeit als multidisziplinäres Team und Expertisen aus zahlreichen Großprojekten bilden die Basis für die breitgefächerte Kompetenz und das umfangreiche Leistungsportfolio von e-trend.

Fakten

Das Internet Beratungshaus e-trend Media Consulting wurde 1999 mit dem Standort Bielefeld gegründet. Das Unternehmen unterhält heute Niederlassungen in Berlin und Köln und ist von ehemals 15 auf inzwischen 40 Consultants gewachsen. Die Kompetenzen und Erfahrungen des Beraterteams reichen u.a. von Banken und Versicherungen, über Handel und Konsumgüter bis hin zu Telekommunikation und Automobilindustrie. Die Gründer von e-trend haben ihre Erfahrungen in Internetprojekten bei führenden Medienunternehmen wie Bertelsmann und Informix gesammelt.

e-trend Media Consulting GmbH

Auszug aus unserer Kundenliste



AOL
bol
Bayervital
BVA Bielefelder Verlagsanstalt
Cityweb
Compuserve
Deutsche Landtel
Dresdner Bank
Flatfox
Hugendubel
Lufthansa
RTL Newmedia
Sparcice
Varta
Versum
Wella
Wincor Nixdorf

Dr. Wilko Reinhardt



Dr. Wilko Reinhardt

Regional Manager

e-trend Media Consulting GmbH
Niederlassung Köln
Gertrudenstr. 9
50667 Köln

Tel.: 0221/925874-0

Wilko.reinhardt@e-trend.de

www.e-trend.de

Der promovierte Informatiker Dr. rer. nat. Wilko Reinhardt ist als Mitbegründer seit dem Start im Juni 1999 bei der e-trend Media Consulting GmbH tätig. Seinen beruflichen Werdegang begann Dr. Reinhardt 1992 an der RWTH Aachen, wo er vier Jahre lang am Lehrstuhl für Informatik 4 als wissenschaftlicher Mitarbeiter arbeitete. Schwerpunkt von Studium und Promotion war die Multimedia-Kommunikation über Hochgeschwindigkeitsnetze.

Nach Abschluss der Promotion 1996 wechselte er zu Bertelsmann mediaSystems, später zu Bertelsmann Telemedia. Bei beiden Unternehmen war er als Projektleiter und Berater im Internet-Bereich mit Schwerpunkt Industrie und Verkehr tätig.

Bei e-trend verantwortet er die Leitung der Niederlassung in Köln. Der Schwerpunkt seiner Beratung ist e-Marketing, Kundengewinnung und -bindung mit dem Internet, Projektcoaching und Prozessoptimierung.