

Web 2.0 als Chance für KMUs

Mark Buzinkay, MB Informationsdesign, <http://www.buzinkay.net>

Web 2.0 ist in aller Munde, und trotzdem finden sich noch recht wenige KMUs, die die breite Palette an Möglichkeiten auskosten – egal ob als Anbieter, Nutzer oder Innovator. Dieser Fachbeitrag möchte kurze Anregungen geben (zunächst für die Anwender unter Ihnen), wofür Web 2.0 in KMUs einsetzbar wäre. Eine vollständige Einführung erhalten Sie als kostenloses Pdf-Download auf <http://www.buzinkay.net/web20-kmu.html>.

Was ist so neu am ‚neuen Web‘?

Gute Frage – im Wesentlichen lässt sich das so skizzieren:

1. Die meisten Dienste sind für den Nutzer kostenlos.
2. Inhalte werden zunehmend von den Nutzern geschaffen – sie werden zu ‚Prosumern‘ (Produzenten und Konsumenten zugleich). Das nennt sich dann ‚User generated Content‘.
3. Dementsprechend geht es im Zuge der Datenkontrolle mehr darum, Inhalte zu syndizieren als ihre Weitergabe zu kontrollieren.
4. Die Interaktivität zwischen Nutzern und den Anbietern von Services steht daher im Vordergrund.
5. Das Konzept der Hyperlinks wurde um die Dimension „RSS“ angereichert – ein standardisiertes Benachrichtigungssystem mit Bookmarkfunktion. Damit wird der Informationsfluss beschleunigt.
6. Die Symbiose von Nutzern und Anbietern von Services zeigt sich auch in der gängigen Web-Strategie, sich den vielen einzelnen „kleinen“ Kunden zuzuwenden als auf wenige große zu setzen. Hier spricht man uncharmant auch vom ‚langen Rattenschwanz‘ des Web.
7. Auch bei der Entwicklung von neuen Diensten steht der Endanwender im Mittelpunkt – er wird ab einer bestimmten Entwicklungsstufe eingeladen, aktiv an der Verbesserung mitzuarbeiten. Die ‚Beta‘-Version eines Dienstes ist hier symptomatisch.
8. Um die Entwicklung neuer Anwendungen noch schneller voranzutreiben, bemühen sich Entwickler um offene Schnittstellen und Durchgriff auf den Code. Proprietäre Systeme fallen in ihrer Entwicklung zurück.
9. Und nicht zuletzt: das Web ist ein Pool kollektiven Wissens. Bestes Beispiel: Wikipedia. Was früher Yahoo! mit seinem Verzeichnis und tausenden Editoren nicht schaffte, das gelingt der Web-Community recht gut.

Web 2.0, KMUs und Chancengleichheit

Die nächste Frage, die sich Ihnen sicherlich stellen wird, ist: Was geht mich das an? Oder präziser: Wozu soll ich Web 2.0 Anwendungen überhaupt in meine Geschäftsprozesse, Unternehmensstrategien und Büro-routinen einbauen wollen?

Gerade für KMUs ist die Relation von Aufwand und Ertrag eine entscheidende. Und hier möchte ich auch ansetzen: Wie lassen sich Web 2.0 Werkzeuge für die produktiven, kommunikativen und strategischen Anforderungen von Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen gewinnbringend zum Einsatz bringen?

KMUs sind im Gegensatz zu größeren Unternehmen in ihren betrieblichen Funktionen weniger ausdifferenziert, d.h. ein Mitarbeiter / eine Mitarbeiterin oder eine Abteilung ist breiter aufgestellt als dies in einem Großunternehmen der Fall wäre. Hier ist die Spezialisierung in bestimmten Aufgabenfeldern dementsprechend größer.

Großunternehmen können dabei auch auf meist bessere Finanzierungsmöglichkeiten und Kapitalressourcen zurückgreifen als KMUs – dies wird beispielsweise beim Einsatz spezieller Software sichtbar. Großunternehmen haben auch hier den Vorteil, dass sich oftmals eine bessere Auslastung erzielen lässt. Beispiel: die Kosten einer IT-Abteilung relativieren sich bei einer entsprechend großen Nutzeranzahl). In größeren Unternehmen finden sich zudem eher Spezialisten für ein spezifisches Problem als in einem kleinen Unternehmen.

Das Web 2.0 rüstet KMUs auf

Im folgenden Abschnitt möchte ich jene Plus-Punkte der Web 2.0 Anwendung herausstreichen, die die gerade erwähnten Nachteile von KMUs gegenüber Großunternehmen teilweise, wenn nicht ganz, wettmachen.

1] Hoher Standard der Dienste

Viele Basis-Web 2.0 Werkzeuge sind funktional kaum von Profiwerkzeugen zu unterscheiden, und können bequem und ohne viel Kosten erweitert werden. Die Integration solcher Tools ist denkbar einfach. Dafür sorgen offene Schnittstellen und anpassbare Funktionen / Layouts.

2] Keine langfristige Investitionen

Web 2.0 Werkzeuge sind online verfügbar und generell jederzeit austauschbar. D.h. langfristige Investitionen in ein Softwarepaket gehören der Vergangenheit an.

3] Kein Kapitalbedarf

Die meisten Web 2.0 Dienste sind kostenlos beziehungsweise sehr günstig – es sind keine großen Kapitalressourcen notwendig.

4] Spezialistenteams ersetzen / ergänzen

Durch automatisierte Funktionen erledigen Web 2.0 Dienste, wofür Großunternehmen ganze Abteilungen an Spezialisten benötigen.

5] Schneller Einsatz

Das Web 2.0 ermöglicht KMUs, sich viel besser zu vernetzen und einzelne Projekte / Vorhaben virtuell abzarbeiten. Langfristige oder komplizierte Firmenkonstrukte bleiben den KMUs erspart. Stattdessen kann ein Projekt sehr schnell über den vernetzten Ansatz in Angriff genommen werden.

6] Branding

Das Fehlen einer Marke oder einer Präsenz auf dem Markt ist eines der Hauptprobleme von Kleinstunternehmern. Web 2.0 gibt diesen besonders viele Möglichkeiten, effektiv und effizient präsent zu sein.

7] Innovation

Durch das Web 2.0 können viele Geschäftsideen sehr leicht transportiert, mit Partnern und Kunden weiterentwickelt und so rasch zur Marktreife geführt werden. Try and error lautet hier ein Prinzip, das viele Große nicht anwenden können.

Die ‚Nachteile‘

Web 2.0 hat nicht nur Sonnenseiten. Deshalb sollte auch die Kehrseite der Medaille nicht unerwähnt bleiben:

1] Da Web 2.0 Dienste online verfügbar sind, beziehungsweise Komponenten auf fremden Webservern benötigen, ist eine dementsprechende Abhängigkeit von der Stabilität der Leitungen und den Servern der Betreiber gegeben. 100%ige Verfügbarkeit ist nicht gegeben.
Ausweg: Alternativ-Tools parallel fahren, soweit dies vom Aufwand her zu rechtfertigen ist.

2] Die Software wird nicht gekauft, sondern zur Verfügung gestellt. Konsequenterweise ist man bei der Weiterentwicklung und der Pflege des Dienstes ebenfalls an den Anbieter gebunden. Da das Geschäftsmodell solcher Dienste meist nicht oder zu kleinen Teilen auf Nutzungsgebühren basiert, können diese Tools auch recht schnell wieder verschwinden.
Ausweg: Dienste wählen, die eine große Entwickler-Community aufweisen können und die gegebenenfalls selbst gehostet werden können.

3] Die ‚Beta-Philosophie‘: Viele Dienste werden im Entwicklungsstadium zur Verfügung gestellt, d.h. Teile der Entwicklungsarbeit wird an die Community (=Tester) ausgelagert. Manche Dinge funktionieren dann noch nicht so, wie man es sich erwarten würde.

Ausweg: Selbst Funktionen und Verbesserungen anregen. Diese werden meist recht rasch umgesetzt. In einem frühen Stadium hat man die Chance, die Definition des Dienstes zu beeinflussen.

4] Kompatibilität von Diensten: Trotz offener Schnittstellen, Open Community und State-of-the-art-Programmierung ist eine Übernahme von Daten aus einem Dienst in einen anderen nicht immer ‚einfach‘. Viele Web 2.0 Applikationen bieten solche Import/Export-Funktionen an, wobei hier immer nachjustiert werden muss. Das bedeutet einen gewissen Aufwand, der mit der Größe der Datenmenge wächst.

Ausweg: Von Beginn an Dienste auswählen, die eine weite Verbreitung haben (d.h. die Schnittstellen-Kompatibilität wird eher höher sein) beziehungsweise ‚offene‘ Formate wie OPML unterstützen.

Fairerweise muss gesagt werden, dass die Punkte 2, 3 und 4 ebenso auf teure, klassische Software zutreffen, aber ohne die formulierten Alternativ-Szenarien in Anspruch nehmen zu können.

Empfehlung

Web 2.0 bietet für KMUs eine ganze Menge an Möglichkeiten, den Abstand zu Großunternehmen zu verringern und ihre Stärken – Flexibilität, Geschwindigkeit – weiter auszubauen. Die Adaption von solchen Tools muss immer aus der individuellen Situation der Organisation erfolgen und sich nahtlos in die eigene Unternehmensstrategie einfügen können.

Sie können den Autor auch unter [office\[at\]buzinkay\[punkt\]net](mailto:office@buzinkay.punkt.net) erreichen.