



## TRIBÜNE

# Facebook – oder lieber KMU?

**U**nd wieder einmal schütteln viele seriöse KMUler verwundert den Kopf: Gibt es doch zweierlei Masse, mit denen gemessen wird? Ein KMU-Mass und ein Facebook-Mass? Oder kommen die Massstäbe bei der Berechnung des Unternehmenswerts doch schneller wieder zusammen, als man denkt? Und es gibt eben doch keine phantastischen, einmaligen, noch nie gesehenen Sondersituationen, die das Anhängen von einer Null an den reale(re)n Wert rechtfertigen? Obwohl «manipulierte» Preise zur Zeit en vogue sind, denken wir nur an Zinssätze, Wechselkurse & Co.. Zählt am Ende doch wieder nur der operative Cash Flow und ein Kurs-Gewinn-Verhältnis von 10 statt 100?

Vor gut zehn Jahren waren KMUler schon einmal verwundert. Ein Beispiel aus der Ostschweiz: Ein KMU hatte über die Jahre ansehnliche zweistellige Millionenumsätze und einstellige Millionengewinne zu verzeichnen, doch niemand hat sich dafür interessiert, trotz Versuchen, an die Börse zu gehen. Alle wollten sie damals Internet anstelle von Metallen – ausser den zahlenden und treuen Kunden des KMU.

**K**urze Zeit später waren dann aus KMU-Sicht die Massstäbe wieder zurechtgerückt. Das KMU läuft seit dieser Zeit weiterhin wie geschmiert, nur von den hochgelobten Internet-Unternehmen haben sich viele wieder verabschiedet. Es hat sich gezeigt, dass viele Visionen von der Eroberung und Beherrschung des Weltmarkts doch realitätsfremd waren. Dafür sind aber andererseits seither viele neue Internet-Unternehmen entstanden und wenige neue Metall-Firmen. Die Dynamik beim Gründungsgeschehen bedarf eben doch der Phantasie.

## An Extra-Null glauben?

In den USA gelingt es zudem Firmen wie Facebook, in kurzer Zeit sich so strukturiert aufzubauen, über Privatinvestoren zu finanzieren, und den Erfolg zu kommunizieren, dass zumindest von einem Teil des Marktes

eine Bewertung mit einer angehängten Extra-Null geglaubt wird. Vor allem braucht es wenige «freie Kreative» und viele «gut funktionierende Umsetzer». Werden allerdings dann die Erwartungen enttäuscht und «clevere» Geschäftspraktiken entdeckt, schlägt das Pendel halt umso stärker zurück. Und so hat sich der Aktienkurs Stand Anfang Juni eben als eine Art Skisprungschanze entwickelt. Aber was sind das auch für «nette» Wallstreet-Kollegen, die einen an die Börse bringen und hinterücks schon die Leerverkäufe auf sinkende Kurse mitorganisieren? Interessant ist zudem, dass vom Startup-Genom-Projekt in den USA die langfristige Wirkung auf die Gesellschaft von Wikipedia sogar leicht höher eingeschätzt wird als die von Facebook, Apple, Google & Co., aber Wikipedia entsagt sich eben eines Ertragsmodells.

**Ü**berhaupt ist das der Unterschied: Unser KMU hat ein funktionierendes Geschäftsmodell, stabile und ertragsbringende Kundenbeziehungen und bestimmt selbst mit bei der Technologieführerschaft seiner Produkte. Bei Facebook gibt es doch einige Zweifel am Geschäftsmodell und am Produkt, sowohl was die Zukunft und Ertragskraft der Online-Werbung an sich als auch deren Anwendungen im Mobilen Business angehen. Von aus politischen resp. kulturellen Gründen nicht eroberbaren Märkten abgesehen. Die nächste Generation an Internet-technologien wird erfahrungsgemäss nicht von den bisherigen Marktteilnehmern erfunden.

## An sich selbst glauben!

Was nehmen wir nun als KMU aus der Facebook-Geschichte mit? Ruhig mehr an sich selbst glauben, nicht ganz so zurückhaltend kommunizieren (weil man weiss, als KMU kann man echte Beweise der eigenen Leistungskraft liefern) und vor allem noch konsequenter umsetzen und die Chancen ergreifen. Denn die konsequente und professionelle



Schweizerischer Gewerbeverband SGV  
3001 Bern  
031/ 380 14 14  
www.sgv-usam.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 106'601  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 377.9  
Abo-Nr.: 377009  
Seite: 15  
Fläche: 59'451 mm<sup>2</sup>

Umsetzung («Execution») zeichnet die zumin-



## Prof. Christoph Müller\* über die Nachhaltigkeit von Geschäftsmodellen.

*dest anfangs so erfolgreichen Internetunter-  
nehmen aus, sei es in den USA wie auch in  
Europa. Die Frage nach deren Nachhaltigkeit  
ist dann eine andere... Was kann man getrost  
vergessen? Sich falsche Kollegen suchen, die  
einen hinterrücks austricksen. Im geheimen  
Wissen um die Löcher im eigenen Geschäfts-*

*modell grossartig auf die Pauke hauen. Ohne  
ans Morgen zu denken Mitgesellschafter /  
Aktionäre (Bewertung beim Börsengang) und  
Kunden (Datensicherheit) auszunutzen.  
Denn eines ist recht sicher: Das eingangs  
erwähnte Ostschweizer KMU wird es auch in  
zehn Jahren noch geben, bei Facebook sind  
sich selbst die «Freunde» schon nicht mehr  
so sicher. Aber prognostizieren kann das auch  
keiner, schliesslich ist das freie Unternehmertum  
die beste Garantie für Innovationen  
und neue Geschäftsmodelle. Mit Facebook  
kann es in ein paar Jahren schon wieder  
vorbei sein, oder aber es gelingt der fulminante  
Neustart. Genauso wenig kann an dieser  
Stelle schon der neue Europameister präsen-  
tiert werden.*

*\*Prof. Dr. Christoph Müller ist Titularprofessor für Be-  
triebswirtschaftslehre, insbesondere Unternehmens-  
gründungen und KMU an der Universität St.Gallen.  
**Die Tribüne-Autoren geben ihre eigene  
Meinung wieder; diese muss sich nicht  
mit jener des sgv decken.***

Datum: 22.06.2012

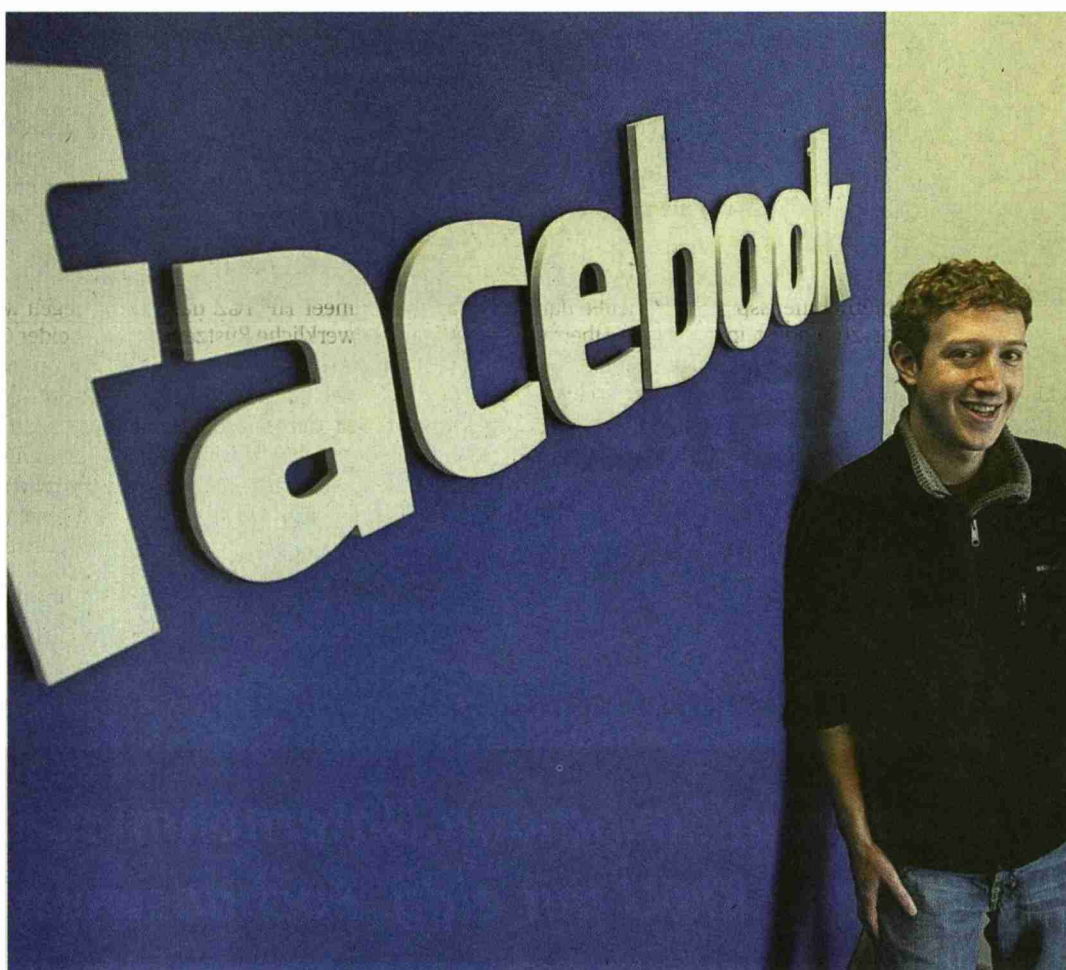
# SCHWEIZERISCHE Gewerbezeitung



Schweizerischer Gewerbeverband SGV  
3001 Bern  
031/ 380 14 14  
www.sgv-usam.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 106'601  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 377.9  
Abo-Nr.: 377009  
Seite: 15  
Fläche: 59'451 mm<sup>2</sup>



*Da war ihm noch zum Lachen zumute: Facebook-Gründer Mark Zuckerberg. Nach dem Börsengang seiner Firma mehren sich nun aber die Zweifel über die Nachhaltigkeit seines Geschäftsmodells.*