

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/44095/1293009/studie-medienunternehmen-betreiben-online-geschaeft-nur-halbherzig-mangel-an-zielsetzung-planung> abgerufen werden.

# Horváth AG

Studie: Medienunternehmen betreiben Online-Geschäft nur halbherzig

Mangel an Zielsetzung, Planung und Steuerung führt häufig zu unbefriedigenden Ergebnissen

31.10.2008 - 15:45 Uhr, Horváth AG

München/Wien/Zürich (ots) - Das Online-Geschäft wird in vielen Medienunternehmen immer noch als Experimentierfläche ("New Business") oder Nebengeschäft behandelt. Investitionen in den Online-Bereich werden nicht nach den gleichen strengen Kriterien gesteuert wie Investitionen in das traditionelle Geschäft. Dies ist das zentrale Ergebnis einer aktuellen Befragung der Managementberatung Horváth & Partners unter Führungskräften der ersten und zweiten Ebene in Unternehmen der Medienbranche, die heute im Rahmen der Medientage München vorgestellt wurde. Angesichts dieser nachlässigen Haltung überrascht ein weiteres Ergebnis der Studie nicht: Nur die Hälfte (52 Prozent) der Studienteilnehmer erreicht ihre Umsatz- und Ergebnisziele im Online-Geschäft.

Dabei hat der Auf- und Ausbau des Internetgeschäfts für mehr als zwei Drittel der Studienteilnehmer (70 Prozent) eine vergleichbare oder sogar höhere Priorität im Verhältnis zum traditionellen Geschäft. Dieser von ihnen selbst zugemessenen Bedeutung werden die Unternehmen in der Planung und Steuerung ihrer Online-Aktivitäten bisher jedoch nicht gerecht. Nur 28 Prozent der Studienteilnehmer arbeiten mit einer strategischen Planung. Und nur knapp die Hälfte (49 Prozent) erstellen Business-Pläne. "Die wirtschaftlichen Risiken des Online-Geschäfts werden unter dem Aspekt seiner zukunftsichernden Notwendigkeit häufig nicht objektiv betrachtet", so Dr. Ralph Becker, Partner und Medienexperte bei Horváth & Partners. Angesichts der Herausforderungen im Online-Geschäft - hohe Anfangsinvestitionen, volatiles Nutzerverhalten, kurze Produktlebenszyklen und intensiver Wettbewerb - sei es erstaunlich, dass es viele Unternehmen versäumen, konkrete und verbindliche Ziele zu setzen und eine systematische Erfolgsmessung durchzuführen.

"Die Besonderheiten des Online-Geschäfts erfordern angepasste Planungs- und Steuerungswerkzeuge, die den Anforderungen bezüglich Flexibilität, Schnelligkeit, Gestaltbarkeit und hinreichender Differenziertheit genügen", so der Appell von Becker an die Verantwortlichen in den Medienunternehmen.

An der Befragung, die Anfang Oktober 2008 durchgeführt wurde, nahmen 130 Führungskräfte aus allen Mediensparten in Deutschland, Österreich und der Schweiz teil. Die detaillierten Studienergebnisse können per E-Mail unter [medienstudie@horvath-partners.com](mailto:medienstudie@horvath-partners.com) angefordert werden.

Pressekontakt:

Oliver Weber,  
Horváth AG,  
Rotebühlstr. 121,  
70178 Stuttgart  
Tel.: +49 711 66919-71,  
[presse@horvath-partners.com](mailto:presse@horvath-partners.com)

Originaltext:

Horváth AG

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/44095/horv-th-ag>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_44095.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_44095.rss2)