

Multimedia-Agenturen brauchen jetzt strategische Partner

VON FRANK SEIDLITZ

Die Multimediaagentur Pixelpark überrascht die Anleger. Doch diesmal nicht mit negativen Bilanzzahlen, sondern mit einer wunderbaren Vermehrung des Firmenwertes. Seit sechs Tagen steigt der Aktienkurs des Unternehmens. Und keiner weiß warum. Die Erklärungsnot verstärkt sich, wenn man sich die Fundamentaldaten des Branchenführers anschaut: Anlaufverluste in den USA von knapp vier Mio. Euro. Ein Verlust vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen für das Rumpfgeschäftsjahr 2000 von zehn Mio. Euro und strukturelle Defizite im Management sowie bei der Kostenüberwachung. Die Analysten reagieren. Viele stuften in den vergangenen Wochen das Nemax-Schwertgewicht auf „Verkaufen“ zurück. Trotzdem wächst der Firmenwert seit sechs Tagen um knapp 300 Prozent. Schon gehen wieder Gerüchte um, dass Pixelpark übernommen wird. Einmal mehr.

Doch bei nüchterner Betrachtung stellt sich die Frage: Warum sollte ein Unternehmen Pixelpark übernehmen? Antwort: Vor allem wegen des Namens, der weit verbreitet ist. Große Marketingaufwendung sind nicht mehr nötig. Aber das ist eigentlich nicht viel, vor allem wenn man sich die Nachteile ansieht, die mit einer Übernahme des Unternehmens verbunden wären. Die von Pixelpark-Chef Paulus Neef forcierte Expansion mit dem Schwerpunkt Europa birgt große Risiken und wird noch hohe Integrationskosten verursa-

chen. Lediglich zwei von acht Auslandsbüros sind profitabel. Der Rückzug aus den USA ist ein falsches Signal. Denn durch die Konzentration auf Europa verzichtet Pixelpark auf den Technologietransfer aus dem Silicon Valley.

Auch die technologische Standardisierung bei Multimediaprojekten, und verbunden damit eine Kostenreduzierung, ist bei der Konkurrenz weiter fortgeschritten. Zusammen mit IBM Deutschland hat etwa I-D Media eine Modulbauweise für E-Commerce-Projekte entwickelt. Der zeitliche Aufwand wird hierdurch um 60 Prozent reduziert.

Bleibt die Frage nach dem Übernahmekandidaten.

Immer wieder wird die Deutsche Telekom ins Gespräch gebracht. Doch was hätte der Bonner Konzern davon? Beispielsweise arbeitet T-Online fest mit Pixelpark-Konkurrent I-D Media zusammen. Infrage könnte nur die neue Telekom-Tochter Debis Systemhaus kommen. Doch das Unternehmen winkt ab. Aber auch die großen Unternehmensberatungen sind potenzielle Kandidaten, denn sie drängen verstärkt in das angestammte Feld der Multimediaagenturen. Erste Übernahme in dieser Konstellation haben in den USA schon stattgefunden. Auch in Deutschland sollen solche Übernahmen folgen: Pixelpark-Konkurrent GFT verhandelt bereits mit einem strategischen Partner. Marchfirst-Deutschland kündigte bereits eine Fusion an. Pixelpark ist also unter Zugzwang, vor allem, weil das Unternehmen zur Expansion weiter Geld braucht.

.....
*Pixelpark ist unter
 Zugzwang,
 weil das
 Unternehmen
 zur Expansion und
 Integration Geld
 braucht.*
