

Wenn Kleine in großen Dimensionen denken

Sie vereinfacht nicht nur den Arbeitsalltag. Vor allem bei Start-ups ist die Wolke häufig sogar Teil des Geschäftsmodells. Zum Beispiel bei Nikolai Longolius, der vor drei Jahren die Firma „schnee von morgen webTV“ gründete. Der Producer, der für den „Spiegel“ die Fernsehsender Spiegel TV Digital und XXP aufbaute, will Internet-Fernsehen kostengünstig, schnell und zuverlässig machen. „Durch die Möglichkeiten, die das Internet bietet, wird Fernsehen neu aufgerollt“, sagt Longolius: „Zuschauer sind nicht an Uhrzeiten gebunden, um eine Sendung zu sehen, und sie müssen dafür auch nicht mehr zuhause sein.“ Mediatheken stellen Filme und Clips online zur Verfügung – dauerhaft und von überall abrufbar.

Damit die Videos ins Netz geladen und von verschiedenen mobilen Geräten wiedergegeben werden können, ist eine enorme Rechnerleistung erforderlich. Denn die Clips müssen in verschiedene Ausgabeformate umgewandelt und bereitgestellt werden. Da wird schon mal das Arbeitsvermögen von 1000 Computern gleichzeitig benötigt. „In unserem Büro stehen aber nur ein paar Laptops und eine Kaffeemaschine“, sagt der 34-Jährige und lacht. „Dank Cloud Computing haben wir die Möglichkeit, die Performance nur dann abzurufen, wenn wir sie benötigen – und nur dann zu zahlen.“

Das Unternehmen selbst ist ebenfalls „cloudartig“ organisiert, arbeitet mit Menschen in Berlin, Hamburg und Wien zusammen – der Großteil der Kommunikation läuft online. „Cloud Computing erlaubt uns, Ideen von vorne zu denken, neue Konzepte auszuprobieren und Wege weiterzuentwickeln“, sagt Longolius.

Das hat auch Patrick Setzer, der Gründer von „bonusmagnet“ in Hamburg, genutzt. Sein Start-up betreibt eine App, die Bonuskarten und Rabattgutscheine über das Handy verwaltet und Plastikkarten und Coupons überflüssig macht. „Bonusprogramme sind beliebt, aber bei

der klassischen Variante in Form einer Karte oder eines Coupons liegt die Nutzung bei gerade mal einem Prozent“, sagt der 42-Jährige. „Bonusmagnet dagegen zeigt dem Nutzer beispielsweise teilnehmende Geschäfte in seiner direkten Umgebung an. Und die Firmen wiederum sehen sofort, wenn der Coupon eingelöst wird, dass ihr Angebot funktioniert.“ Mittlerweile sind mehr als 200 Unternehmen registriert.

Kein Start-up, aber überzeugter Nutzer der Cloud ist Matthias Kunisch, Geschäftsführer von „forcont“ in Leipzig. „Vertrieb und Marketing unserer Informatik- und Software-Produkte wurden auf dem konventionellen Weg immer schwieriger. Als wir vor einigen Jahren auf die Cloud stießen, wurde uns klar, dass diese Technik für unsere Branche wegweisend ist“, sagt Kunisch. Doch sei „forcont“ nicht blind einem Hype gefolgt. Bis heute setzte sich das Unternehmen kritisch mit der Cloud auseinander – nicht zuletzt, weil es den Kunden die Sicherheit der Daten garantieren müsse.

„Früher haben wir viele individuelle IT-Lösungen für die Firmen angefertigt, und die Berater mussten wochenlang vor Ort sein, um alles zu integrieren“, sagt Kunisch. Heute funktioniert der größte Teil der Arbeit ortsunabhängig, und seine Mitarbeiter widmen sich vor allem der Programm-Pflege sowie der Entwicklung neuer IT-Lösungen, die seine Kunden einzeln oder im Paket nutzen können. Unter anderem stellt „forcont“ eine eigene Anwendung zur Verfügung, bei der sich Mitarbeiter eines Unternehmens sowie Außenstehende über eine Online-Plattform zeit- und ortsunabhängig organisieren und gemeinsam arbeiten können. „Uns war es wichtig, frühzeitig auf diese neue Technologie umzuschwenken, um am Markt erfolgreich zu bleiben“, sagt der 59-Jährige. Denn eine kurzfristige Modeerscheinung, da ist sich der Firmenchef sicher, sei die Cloud nicht. *Pauline Krebs*