

Handelsdöden

våras inleddes det stora stålbadet på e-handels-sögs ur marknaden på nolltid. Efter konkurserna i anslagningsfesten.

Den första stora sammanslagningen kom i september, då e-handelsbutiken Toga gick ihop med sin norska konkurrent Yatack. Pengar skulle sparas på teknik, logistik och kundtjänst. Bakom Toga finns Spray och riskkapitalister som Kjell Spångberg. Bakom Yatack står norska riskkapitalbolaget Datum och Orkla. Till sammans skulle man ta ledningen i en "konsolidering av e-handeln i Norden".

Det dröjde bara tio dagar tills nästa stora fusionsaffär ruskade om e-handeln: Spray Ventures och den andra huvudägaren Investor sålde då portalverksamheten Spray Network till konkurrenten Lycos Europe. Till sammans skulle de två förlusttyngda portalerna bli marknadsledande i Europa.

Marknadens dom kom dagen efter, då Spray Ventures inofficiellt handlade aktie tappade en fjärdedel av sitt värde. Vissa analytiker hade svårt att förstå affären. Den hade ju snarare förstört än skapat värde, tyckte man.

Investor, som pumpat in många hundra miljoner i Spray, förnekar att man tvingat fram affären. Den var bara en del i den konsolidering som äger rum över hela Europa.

"Det är billigare att köpa upp andra än att satsa pengar på marknadsföring, särskilt när aktiekurserna sjunkit. I stället för att lägga pengar på reklam går några bolag ihop mer eller mindre frivilligt för att bilda "den kritiska massa" som behövs", säger Bertil Thorngren, professor och en av grundarna av Center for Information and Communications Research (CIC) vid Handelshögskolan i Stockholm.

Tappat 90 procent av värdet

På kort tid har riskkapitalisterna dragit åt svängremmen hårt kring e-handelsmarknaden. Jan Wolters på riskkapitalbolaget Sky Ventures är väl medveten om hur svårt det är för e-handelsbolagen att skaffa fram kapital i dag. Optimismen är som bortblåst. Han talar om den "stora kraschen" och uppskattar fallet i aktievärde för de noterade bolagen till i snitt 70 procent. Vissa bolag förlorade mer än 90 procent av sitt värde.

"Den stora lärdomen för riskkapitalister är att många sprang i flock och såg några bolag som tycktes framgångsrika. Man investerade sedan i liknande bolag utan att titta allt för mycket på affärsmodellerna. Det var allmän hausse på marknaden. De flesta har en mycket mer noggrann analys av vad som kommer på skrivbordet idag", säger Jan Wolter.

Men inte all e-handel är krisstämplad. E-handeln mellan företag, business-to-business, kommer klara sig betydligt bättre, enligt eniga bedömare. Den är fem gånger så stor som handeln mot konsument och sköts betydligt mer professionellt.

Nu finns det emellertid de som hävdar att inte heller e-handeln till konsument är i kris.

"Flera företag har bra idéer men förutsättningarna har ändrats så att de inte kan jobba vidare. Investernas vilja att få avkastning har ökat. Man kan inte tala om en e-handelskris. Det är en finansiell kris", säger Magnus Wistam, VD för Letsbuyit Norden.

Vändningen kom i mars-april, enligt honom. Då

drog investerarna örnen åt sig, efter att mer eller mindre pressat e-handelsbolagen att slå på stort.

"Ta Dressmart, som exempel. De tvingades in i en mycket större kostym fram till mars i år. När de kom med en affärsplan bad investerarna dem att lägga till en nolla", säger Magnus Wistam.

Han talar om "det otrogna kapitalet" och ger alltså riskkapitalisterna en del av skulden för vad som händer på e-handelsmarknaden.

Letsbuyits aktiekurs har sjunkit med en tredjedel sedan introduktionen på tyska börsen i somras, vilket Magnus Wistam säger att han inte bryr sig om, eftersom långsiktiga institutionella investerare ligger bakom 95 procent av kapitalet. Sedan den senaste nyemissionen har bolaget pengar till nästa sommar. Lönsamhet räknar man emellertid inte med förrän fjärde kvartalet 2002. Om kapitalägarna är otåliga vill han inte kommentera.

Gamla företag lyckas på nätet

Stefan Fölster, VD på Handelsutredningsinstitutet (HUI), skiljer på de rena e-handelsbolagen och de affärskedjor och enskilda butiker som använder internet som komplement, i många fall mest som en billig reklamplats. Medan krisrapporteringen fokuserat på ett fyrtilotal renodlade e-handelsbolag, så har det skett en snabb tillväxt av traditionella handlare som öppnat egna internetsajter.

Ikea har på rekordtid hamnat i topp när det gäller antal besök i nätbutiken. Utan att bränna hundratals miljoner på reklam. Aven Clas Ohlson har lyckats på nätet.

Bland de lyckade exemplen finns även små, lokala affärer, som hundmatsbutiker och lokala blomsterhandlare, som plötsligt får hela Sverige till marknad, berättar Stefan Fölster.

"Det är en kris för de rena e-handelsbolagen. Men det finns 8 000 traditionella butikshandelsföretag som säljer till konsumenterna över nätet. Antalet växer väldigt snabbt och utbudet exploderar", säger han.

Mer än hälften av bolagen anser att e-handeln är lönsam, enligt Fölster. För de rena e-handelsbolagen är hoppet emellertid litet, tror Fölster. De försvinner inom kort.

Han ger fyra skäl till att de misslyckats: de överskattade tekniken, som i fallet Boo.com, de överskattade möjligheten att behålla kunderna, de räknade för mycket med skalfördelar och de blev ironiskt nog offer för de goda tiderna på börsen. Tillgången på kapital ledde helt enkelt till för många konkurrerande bolag, vart och ett med för liten marknadsandel för att vara lönsamt.

Men det är också glappet till vardagsekonomin som gör e-handelsbolagen olönsamma, som bristerna i logistik, reskontrahandling, service och kundvård.

"De allra flesta rena e-handelsbolag kommer på ett eller annat sätt att förlora sin självständighet inom ett år eller två. I bästa fall på det sätt som Bokus gjort när man blev uppköpt av ett traditionellt handelsbolag. I de flesta fall under mer förnedrande former, som för Boo.com", säger Stefan Fölster.//

KRÖNIKA

Heroin dödar arbetsnarkomaner

Aaron Bunnell blev 26 år. Han var framgångsrik chefredaktör för en nyhetssajt, jobbade nästan jämt och dog av en överdos. Han är inte ensam.

SILICON VALLEY (FT)

"Heroinist". Vart går associationerna? Vandrar tankarna iväg till en ruffig knarkarkvart i någon nedgången 60-talsförort, där långhåriga "low lifes" ligger utfläta på skittiga madrasser, redo att skjuta ännu en sil genom sina trasiga vener? I sådana fall är det dags att tänka om!

San Mateo County är en av "kommunerna" i det område i norra Kalifornien som under de senaste decennierna blivit känt för världen som Silicon Valley. Årat har namnet flugit över jorden och folk från så avlägsna platser som Indien och Sverige har kommit i mängd till "den förlovade dalen" för att ge sina djärva affärsidéer luft under vingarna.

Silicon Valley förknippas i dag mer än någonsin tidigare med framgång och obegränsade möjligheter för alla, oavsett bakgrund och kulturell tillhörighet. Och efter fem månader i San Francisco kan jag intyga att staden med omnejd formligen kokar av aktivitet, på i stort sett samtliga av den nya ekonomins fronter. Silicon Valley är helt enkelt entreprenörernas El Dorado, den amerikanska drömmen i ett nötskal.

Men vänta. Är allt verkligen så glattigt lyckligt som man lätt kan tro när man läser de ledande svenska morgontidningarnas stort upplagda reportageserier/hyllningssagor från Silicon Valley? Knappast!

FÖRRA ÅRET BESLAGTOG POLISEN i San Mateo närmare 200 procent mer heroin än fyra år tidigare. Samtidigt ökade beslagen av amfetamin med närmare 700 procent. Och märk väl att detta inte skedd- e i något av de otaliga amerikanska problemområdena i de stora städernas utkanter. Inte i New Yorks Harlem, inte i Los Angeles Compton utan mitt i det hårt arbetande, välutbildade och högavlönade Silicon Valley.

I mitten av sommaren skördade missbruket i dotcomvärlden ännu ett alldeles för ungt liv. I slutet av juli begav sig den San Franciscobaserade nyhetssajten Upside.com:s energiske chefredaktör,

26-åriga Aaron Bunnell, till New York för en kortare arbetsresa. Men Bunnell kom aldrig tillbaka till San Francisco. I stället hittades han ett par dagar senare på golvet i sitt hotellrum på det anrika hotellet Waldorf Astoria i New York. Stendöd.

Enligt Aaron Bunnells far, David Bunnell, är orsaken till sonens död ställd utom allt tvivel.

"Det här är den mörka sidan av Silicon Valley. Jag är övertygad om att min son föll offer för en 'dotcom burnout'", säger David Bunnell.

UNDER DE SENASTE ÅREN HADE AARON BUNNELL levtt ett minst sagt hektiskt liv, fyllt av tio timmar långa arbetsdagar och ofta lika långa arbetsfestnätter. Sådana maratontag är snarare regel än undantag för unga, energiska direktörer här i världens dotcomhuvudstad nummer ett. Om detta vittnar Aarons Bunnells far.

"Jag tror inte att Aaron tog särskilt bra hand om sig själv. Han arbetade nästan alltid till klockan fyra på morgonen och ibland brydde han sig inte ens om att sova utan sov i stället över på golvet på sitt kontor", sa David Bunnell efter sonens död.

Heroinet blev Aaron Bunnells tillflyktsort när verkligheten var alltför krävande.

Mot bakgrund av Aaron Bunnells öde, och andra tecken på mänsklig förstörelse i spåren av den nya ekonomins framfart, är det dags att inse att de flesta människor i längden inte klarar av att arbeta 60, 70, 80 timmar i veckan utan att skada sig själva på ett eller annat sätt. Det kraftigt ökade heroinmissbruket i Silicon Valley är bara en av de senaste synliga baksidorna av en kultur där ett sådant betedande uppmuntras.



ROBERT ERIKSSON
robert.eriksson@fti.se 001-415-255 85 38