

20. November 2009, von Michael Schöfer Der Magenta-Konzern wird erneut umgebaut

Unternehmensstrategien wechseln nicht selten in schneller Abfolge. Hat ein Manager endlich die Diversifizierung (Streuung der Geschäftsfelder) vollzogen, kommt prompt ein anderer, der sich die Konzentration aufs Kerngeschäft auf die Fahnen schreibt. Wer das widersprüchliche Verhalten als Ausfluss von Modeerscheinungen erklärt anstatt als Produkt reiflicher Überlegungen, liegt möglicherweise richtig. Das ewige Hin und Her kann manches Unternehmen gehörig ins Trudeln bringen, weil es natürlich bei jedem Konzernumbau Reibungsverluste gibt. Und bisweilen ist dann richtig Sand im Getriebe, dafür legen zahlreiche gescheiterte Umstrukturierungen ein beredtes Zeugnis ab (z.B. Jürgen Schrempps "Welt AG").

Erinnern Sie sich noch an Ron Sommer? Der telegene frühere Vorstandsvorsitzende der Telekom setzte zu seiner Zeit die Aufspaltung des Konzerns in vier Geschäftsfelder durch (T-Com, T-Mobile, T-Online und T-Systems). Vier-Säulen-Strategie nannte er das hochtrabend. "Unsere Erfolgsbasis ist die fokussierte Vier-Säulen-Strategie, mit der wir die TIMES-Märkte global angehen", jubelte der Telekommunikationsriese im typischen Unternehmens-Jargon. "Die Deutsche Telekom verfolgt konsequent das Ziel, die TIMES-Märkte mit integrierten Angeboten aus einer Hand zu bedienen. Denn mit unseren vier Säulen T-Com, T-Systems, T-Mobile und T-Online decken wir das gesamte Spektrum der modernen Telekommunikation ab. Sie bilden die unmittelbaren Schnittstellen zum Markt und halten direkte Verbindung zu unseren Kunden. (...) Unsere Vision. Wir werden die Deutsche Telekom zum kundenfreundlichsten, sympathischsten und erfolgreichsten Unternehmen unserer Branche machen und in der Informationsgesellschaft weltweit immer wieder neue Maßstäbe setzen." [1]

Gegenwärtig wird die Telekom von René Obermann geführt. Und der neue Chef, der dort 2006 das Steuer übernahm, hat ganz andere Vorstellungen als Ron Sommer. Auf der diesjährigen Hauptversammlung billigten die Telekom-Aktionäre die Neustrukturierung des Magenta-Konzerns. Obermann lobte den Zusammenschluss des Festnetz- und Mobilfunkgeschäfts in den höchsten Tönen: Jetzt wachse zusammen, was zusammengehöre (T-Online, eine andere Säule, wurde bereits 2007 in den Konzern zurückgeholt). 600 Mio. Euro will die Telekom dadurch herausholen, vor allem hofft sie auf mehr Kundschaft. "Heute hat nur jeder fünfte unserer 29 Millionen Kundenhaushalte sowohl einen Festnetz- als auch einen Mobilfunkvertrag bei der Telekom. Sollten wir von den übrigen Kunden auch nur ein Prozent als Doppelkunden gewinnen, kann unser Umsatz um bis zu 100 Millionen Euro pro Jahr steigen", schwärmte Obermann den versammelten Eigentümern vor. [2]

Die Telekom macht also eine Rolle rückwärts. Back to the roots, heißt jetzt das Motto. Die einstigen Visionen sind - zumindest vorläufig - geplatzt. Da wäre man wohl besser gleich bei der ursprünglichen Konzernstruktur geblieben - bevor Ron Sommer seine Visionen ausprobieren durfte, denn der hat ja erst zerstückelt, was unter Obermann wieder zusammenwachsen soll. Übrigens: Der Aktienkurs der Deutschen Telekom liegt heute mit 9,50 Euro deutlich unter dem Ausgabekurs von 14,57 Euro (Börsengang: 18.11.1996). So viel zum Wert der ehemaligen "Volksaktie". Ich möchte gar nicht wissen, was die Umbauphasen gekostet haben respektive noch kosten werden. Häufig holen sich die Manager dafür auch noch externe Unternehmensberater ins Haus (Roland Berger, McKinsey & Co.). Billig sind solche Berater bekanntlich nicht, deren Honorare überschreiten meist die Millionen-grenze. [3] Das Reiten auf unterschiedlichen Modewellen kann verdammt lukrativ sein. Erst spaltet man auf, anschließend fügt man wieder zusammen. Jeweils für teures Geld, versteht sich.

Kehrt bei der Telekom endlich Ruhe ein? Das weiß keiner. Es ist nämlich durchaus möglich, dass der Nachfolger von René Obermann sein Heil abermals in einer Aufspaltung des Magenta-Konzerns sucht, schließlich muss er sich ebenfalls ein Denkmal setzen. Und wer kann heute schon sagen, was in den Vorstandsetagen morgen Mode sein wird? Niemand. Aber ich bin sicher, die Visionen des künftigen Telekom-Chefs werden dann ähnlich enthusiastisch gefeiert, wie das bereits zu Ron Sommers Zeiten geschah. Denn auf eines kann man sich verlassen: Die meisten Journalisten reiten auf den gleichen Modewellen mit und werden ihren Lesern, wenigstens am Anfang, alles mit Wohlgefallen präsentieren. Später, wenn sich die vergötterten Manager als Luschen entpuppen, darf man sie niederschreiben. Aber erst dann. Was würde Frank Sinatra dazu sagen? "That's life, that's what all the people say. You're riding high in April, shot down in May." Ja, genau so ist das Leben.

[1] Deutsche Telekom, Nachhaltigkeitsbericht 2000/2001, Seite 16, PDF-Datei mit 2,4 MB

[2] ZDNet.de vom 19.11.2009

[3] vgl. Zeit-Online vom 05.02.2004

© Michael Schöfer, Kleinfeldstr. 27, 68165 Mannheim
URL des Artikels: www.michael-schoefer.de/artikel/ms0773.html