

Wirtschaft

Die French-American Connection

Alcatel und Lucent – zwei Unternehmen mit unterschiedlichen Kulturen finden nur schwer zusammen.

Thomas Jäkke

Der Plan war, aus zwei Welt-Playern der Telekommunikationsbranche einen schlagkräftigen Konzern zu bauen, der sich mit Innovationsfähigkeit und Wettbewerbskraft im globalen Wettstreit behaupten sollte: Alcatel aus Frankreich und Lucent aus den USA wollten nach dem letztendlich gescheiterten Beispiel Daimler-Chrysler ihre eigene Art einer Welt-AG bauen.

Eine Mélange, die vielen Analysten sehr gewagt erscheint. Eine typisch französische und eine US-Unternehmenskultur zusammenzubringen, dazu noch in einem schwierigen Wettbewerbsumfeld, wurde von Experten in etwa so eingeschätzt, als ob die Quadratur des Kreises zu erfinden wäre. Ein Job, der für Lucent-CEO Patricia Russo maßgeschneidert schien. Hat sie doch das Unternehmen 2002 in einer schwierigen Lage übernommen, mit dem Abbau von 40.000 Jobs die Belegschaft mehr als halbiert, Fabriken verkauft und das Sortiment zusammengestutzt. „Kamikaze-Pat“ wurde Russo wegen ihrer Saniererqualitäten getauft.

Die Schonfrist ist genau ein Jahr nach dem Verschmelzen der ungleichen Konzerne endgültig vorbei. Die Analysten werfen Russo reihenweise

vor, aufgrund von Gewinnwarnungen en suite ihr Business-Modell nicht im Griff zu haben. Der Absturz des Aktienkurses von fast zwölf Euro zu Jahresbeginn auf bis zu 5,50 Euro ist geradezu ein Spiegel des mit großen Ambitionen gestarteten Konzerns. Und die Aussichten in dem von Russo forcierten Mobilfunksektor sind alles andere als rosig. Für 2008 rechnet der Markt mit einem Wachstum von gerade einmal einem Prozent.

Auch intern brodelt es kräftig. Bei Aufsichtsratssitzungen wurde Russo kürzlich öfters vor die Tür geschickt. Nach ihrer Übersiedlung nach Paris hatte sie recht bald vor Mitarbeitern erklärt, dass sie es nicht für notwendig halte, Französisch zu lernen. Eine Geste, die die Franzosen nicht goutiert haben.

Die Qualen der Altlasten

Aber auch die Änderung der Organisationsstruktur zehrt an den Nerven aller. Derzeit verpasst sich der Telekommunikationskonzern sozusagen die zweite Welle der Organisation. Dabei soll die Welt grob in zwei Regionen aufgeteilt werden: in Amerika und den „Rest der Welt“. Zu Letzterem gehören etwa Asien, Europa und der Mittlere Osten. „Das ist eine nicht nachvollziehbare Struktur“, erklärte ein Manager gegenüber *economy*. Gerade in



Frankreich als Kampfzone: Für Alcatel-Lucent-Chefin Patricia Russo ist die Schonzeit ein Jahr nach der Fusion endgültig passé. Ein eiskalter Wind weht der US-Amerikanerin ins Gesicht. Foto: EPA

Asien bläst Alcatel-Lucent ein eisiger Wind von den Konkurrenten China Huawei und ZTE entgegen. Aber auch Nokia Siemens Network dürfte die Fusion sehr gut verkraftet haben.

Russos Überleben als CEO hängt an einem seidenen Faden. Sie soll nach Forderung von Analysten 30.000 der 80.000 Mitarbeiter vor die Tür setzen. Mit 16.500 Jobs will sie im kommenden Jahr jeden fünften Mitarbeiter feuern. Mit der neuen Organisationsstruktur hat sie das Top-Management von 18

auf acht Mitglieder abgespeckt. „Wir sind keine US-Company mehr“, empören sich die Amerikaner von Lucent. „Das, was hier geschieht, hat mit einer französischen Struktur rein gar nichts mehr zu tun“, meinen die Europäer, die von Alcatel stammen. Und einige Kollegen in Frankreichs Hauptstadt sehen eine Dublette des Daimler-Chrysler-Desasters. Gar nicht zimperlich sind manche Alcatel-Mitarbeiter, die sich Lucent wieder dorthin wünschen, wo die Firma einst herkam.

Österreichs Alcatel-Lucent-Geschäftsführer Harry Himmer, der 1990 als Jung-ÖVP-Politiker mit dem Slogan „Bonzen quälen, Himmer wählen!“ Wahlkampf machte, dürfte die Karriereleiter weiter hinaufsteigen. Im April erst zum Österreich-Chef ernannt, hat er vier Monate später auch die Geschäftsführung der Ungarn-Tochter übernommen. Und im Frühjahr 2008 soll Himmer eine dritte Kommando-Brücke in Zentraleuropa besteigen – so heißt es in gut unterrichteten Kreisen.

Wien macht Laune mit Ihrem WOHIN... in Wien Abo!

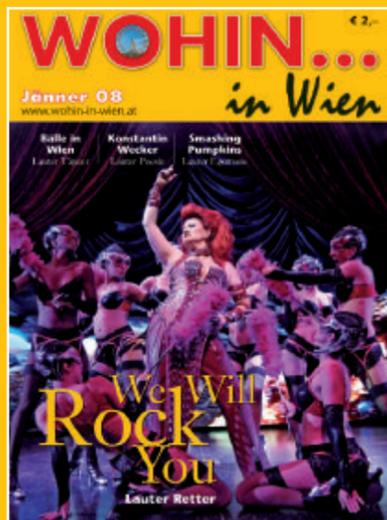
WOHIN... in Wien

Die volle Auswahl für den ganzen Monat

Komplett & tagesaktuell

Highlights & Tipps

Alle Termine im Raum Wien auf über 60 Seiten Veranstaltungskalender



Zwei Wege führen direkt zu Ihrem Abonnement:

- Sie können **WOHIN... in Wien** einfach und unkompliziert per E-Mail (abo@wohin-in-wien.at)
- oder mit nebenstehendem Kupon bestellen.

- Ja, ich bestelle das **WOHIN... in Wien**-Jahresabonnement (12 Ausgaben) zum Preis von € 20,-
- Ja, ich bestelle das **WOHIN... in Wien**-Halbjahresabonnement (6 Ausgaben) zum Preis von € 11,-

Name*

Adresse*

PLZ/Ort*

E-Mail

Telefon

Unterschrift*

* Pflichtfelder

Porto zahlt Empfänger

An
WOHIN Zeitschriften Verlag GmbH

Auhofstraße 31
A-1130 Wien

Tel. (+43-1) 877 27 00
Fax-DW 50

Mit Absenden dieser Bestellung erkläre ich, dass ich die unten angeführten Abo-Bedingungen gelesen habe und akzeptiere. Abobedingungen: Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn bis zum Ablauf des Bezugszeitraums keine Kündigung vorliegt. Den entsprechenden Betrag überweise ich umgehend nach Erhalt der Rechnung.