

**Cook-
Reisebüro in
Düsseldorf:
Nur das
Kerngeschäft
soll bleiben**

Ende des Abenteuers

Thomas Cook: Die Zerlegung des Touristikonzerns läuft an – bislang allerdings ohne Erfolg.

Thomas Cook und die Entsagung scheinen auf ewig zusammengehören. Als der junge Engländer 1841 die Pauschalreise erfand, ging die erste Tour von Leicester nach Loughborough – zu einem Abstinenzlertreffen.

Rund 163 Jahre später verbindet sich mit dem Namen des Gruppenreisepioniers wieder einmal wenig Berauschendes. Der Touristikonzern Thomas Cook, heute eine Tochter der Lufthansa und des Handelshauses KarstadtQuelle, quält sich verlustreich durch die Branchenkrise.

Jetzt scheinen Lufthansa-Lenker **Wolfgang Mayrhofer** (57) und der neue KarstadtQuelle-Chef **Christoph Achenbach** (46) entschlossen, den Leidensweg radikal abzukürzen. Stiekum haben sie mit der Demontage des zweitgrößten europäischen Reiseanbieters begonnen.

Die Agenda ist klar: Thomas Cook wird auf den deutschen Kern zurückgestutzt, auf Veranstalter wie Neckermann oder Aldiana, ergänzt durch die Charterlinie Condor. Die zahlreichen Auslandsabteiler, die mehr als die Hälfte des Umsatzes beisteuern, werden verkauft.

Zunächst boten die Eigner die französische Thomas-Cook-Tochter feil. Marktführer Tui winkte nach kurzer, oberflächlicher Prüfung ab. Die Hannoveraner fühlen sich mit ihrer Tochter Nouvelles Frontières im Gallischen ausreichend vertreten.

Thomas Cook, so der Befund bei Tui, bringe kaum zusätzlichen Schwung. Denn der Wert des briti-

schen Namens halte sich in Frankreich in Grenzen. Die Vorgängermarken Havas Voyages habe weitaus mehr Strahlkraft besessen. Zudem hat Thomas Cook Frankreich den Großkunden Club Méditerranée weitgehend verloren. Club Med hatte sich beim Vertrieb früher stark der Havas-Reisebüros bedient. Inzwischen nutzt der Klubriese die Verkaufsmaschinerie seines neuen Großaktionärs, der Hotelkette Accor.

Auch der Verkauf von Thomas Cook Großbritannien – mit einem Anteil am Konzernumsatz von 31 Prozent die größte Auslandstochter – läuft an. Die Interessenten sind bislang offenbar aber nicht bereit, annähernd so viel zu bieten, wie die Deutschen für die Firma gezahlt haben: 885 Millionen Euro. Von den glänzenden Gewinnen der Vergangenheit ist die Branche inzwischen auch auf der Insel weit entfernt.

Einzig Thomas Cook Indien fasziniert die Investoren. Dieser Markt steht womöglich vor einem Boom der Reisewirtschaft. Gegen einen Deal spricht aber ein wohl allzu hoher Preis. Thomas Cook Indien ist börsennotiert, die letzte Hausse des indischen Aktienmarktes hat die Börsenkaptalisierung auf rund 100 Millionen Euro hoch getrieben. „Viel zu viel“, wie ein Tui-Manager nüchtern meint.

Die Cook-Eigner werden viel Kreativität aufbieten müssen, damit ihr Abenteuertrip einigermaßen glimpflich endet. *Michael Machatschke*

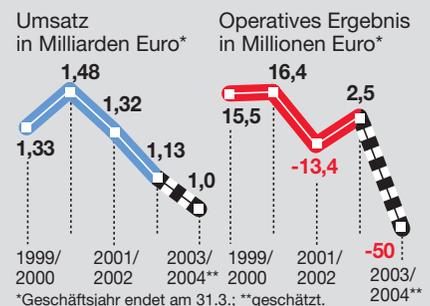
Rekordminus

Sony: Personalabbau droht.

Wolfdieter Griess (62), Deutschland-Statthalter von Sony, hat vor sich, was man im Managerdeutsch eine Challenge nennt: eine echte Herausforderung. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2003/2004 schrumpfte der Umsatz des japanischen Konzerns hier zu Lande um rund 10 Prozent auf etwa eine Milliarde Euro, sagen Firmeninsider. Schlimmer noch: Das operative Ergebnis fiel auf ein Rekordtief von minus 50 Millionen Euro; rund

Sony-Schreck

Einbruch im deutschen Geschäft



20 Millionen Euro davon entfallen auf Restrukturierungskosten. Auch im ersten Quartal 2004/2005 wiesen Umsatz- und Ertragskurve weiter nach unten.

Jetzt will Sony-Veteran Griess Gegenmaßnahmen ergreifen: In einer Betriebsversammlung verkündete er den 850 Mitarbeitern, dass mindestens 200 gehen müssen. Nahezu das gesamte Servicegeschäft mit gut 120 Leuten wird ausgegliedert.

In der Kölner Firmenzentrale herrscht Frust. Trotz zahlreicher Reorganisations und Führungswechsel (siehe mm 6/2004) fehlt es an schlüssigen Konzepten, um den Niedergang zu stoppen. Verzweifelt sucht Griess einen neuen Vertriebsdirektor, bislang ohne Erfolg.

Nur ein Personalproblem wird sich wohl demnächst lösen – Geschäftsführer **Kenichi Yoda** (45) geht. Der für das Konsumgütergeschäft zuständige Japaner fiel in seiner gut zweijährigen Amtszeit vor allem durch Untätigkeit auf. Mitarbeiter nennen ihn „Tama-gotchi“ – weil unnütz. *Anne Preissner*