

DAIMLERCHRYSLER Eckhard Cordes setzt bei Mercedes erste Duftmarken – und macht sich nicht nur Freunde.

Staunen in Stuttgart



Knackpunkt Mallorca:
Mercedes-Chef Cordes (o.)
hat Vertriebsmann Panka
vorzeitig in Rente geschickt

Hundert Tage Geduld hatte sich **Eckhard Cordes** (54) erbeten. Hundert Tage, in denen er die Krise der Mercedes Car Group erforschen wollte: die Gründe dafür, dass der nach eigenem Verständnis beste Automobilbauer der Welt ins Mittelmaß abrutscht. Dass Mercedes in den Qualitätsstatistiken nach hinten durchgereicht wurde und die Umsatzrendite im dritten Quartal auf magere 2,5 Prozent gesunken ist.

Die hundert Tage sind am 8. Januar abgelaufen. Cordes aber blieb auffällig schweigsam. Die Strategie für die Minusmarke Smart will er „genau überprüfen“, bei Mercedes „keine Kompromisse“ in Sachen Qualität eingehen und keine Autos mehr bauen, die nur Image bringen, aber keinen Gewinn – so wie der McLaren-Sportwagen P8, unter seinem Vorgänger **Jürgen Hubbert** (65) geplant und nun von Cordes gestoppt.

Einen Masterplan hat er allerdings nicht preisgegeben. Der existiert schlicht



noch nicht. Cordes

benötigt mehr Zeit.

Zwei Dinge waren schnell klar. Erstens: Die Situation ist schlechter als erwartet. Zweitens: Um sich gegen die Beharrungsphalanx von Mercedes-Managern durchzusetzen, könnte Cordes Hilfe von außen gut gebrauchen. Und zwar zusätzlich zu den McKinsey-Beratern, mit denen er Verbesserungsideen entwickelt: Neue Manager müssen her.

Dass Cordes nicht davor zurückschreckt, sich unbeliebt zu machen, wenn die Sachlage es erfordert, hat er bereits

bewiesen. Überraschend machte er **Christoph Köpke** (56) zum Chef der DaimlerChrysler Vertriebsorganisation Deutschland (DCVD). Damit bekommen die Mercedes-Verkäufer einen Südafrikaner vor die Nase gesetzt. Der bisherige Chef der Landesgesellschaft am Kap gilt zwar als Experte für markenübergreifende Vertriebsthemen. Doch er kennt den deutschen Markt nicht. In der Organisation würden bereits „die Messer gewetzt“, berichten Daimler-Manager.

Aber Cordes und auch Konzernchef **Jürgen Schrepp** (60) wollten einen Vertrauten an der Spitze des Mercedes-Heimatmarktes. Einen, der nicht in die Seilschaften der alten Mercedes-Führung eingebunden ist – und der nicht aus alter Solidarität vor unangenehmen Entscheidungen zurückschreckt.

Gerade im Vertrieb hat der neue Mercedes-Chef erstaunliche Schwächen entdeckt. Von „dramatischen“ Flottenverträgen mit festgeschriebenen Rückkaufwerten ist die Rede und von hohen Rabatten. Cordes sei „aus dem Staunen gar nicht mehr herausgekommen“.

Schrepp und Cordes wollen den Vertrieb europaweit neu strukturieren, für die Mercedes Car Group genauso wie für den Nutzfahrzeugbereich. Bei dem von Boston Consulting betreuten Langzeitprojekt geht es vor allem darum, die Kosten zu senken sowie die Kommunikation zwischen Händlern und Produktion, den Service und die Kundenansprache zu verbessern.

Eigentlich sollte **Eckhard Panka** (60) die neue Strategie in Deutschland umsetzen. Doch der langjährige DCVD-Leiter machte es Cordes einfach, ihn gegen Köpke auszutauschen. Panka hatte einer Freundin beim Bau eines Hauses auf Mallorca geholfen.

Der Revision fiel auf, dass häufig Daimler-Mitarbeiter nach Mallorca flogen – als Bauhelfer im Auftrag Pankas, wie sich herausstellte. Der Vertriebschef zahlte die entstandenen Kosten von rund 20 000 Euro zwar zurück. Seine

Hoffnung, mit einem Eintrag in die Personalakte davonzukommen, erfüllte sich indes nicht. Cordes bestand darauf, dass sich Panka zum 31. Dezember in den Ruhestand verabschiedete.

Michael Freitag

Auf der Verzögerungsspur

Operativer Gewinn von Mercedes, je Quartal in Millionen Euro

