

„Jede Gesellschaft hat ihren eigenen Stil“

BenQ-Chef Lee Kuen-Yao über Siemens-Handys und die Vorteile asiatischer Hersteller



UDN/DATA / IMAGINECHINA

Manager Lee

„München macht als Standort Sinn“

SPIEGEL: Herr Lee, Sie wollen die Handy-Sparte von Siemens übernehmen, ein Geschäft, das täglich rund eine Million Euro Verlust macht. Warum sind Sie so sicher, dass BenQ das besser hinkriegt als die gescheiterten Siemens-Manager?

Lee: Lassen Sie mich den Hauptgrund der Misere benennen: Das Management der Handy-Sparte wechselte viel zu häufig. Daher waren die Entscheidungen nicht stetig, Siemens konnte nicht rechtzeitig auf den sich wandelnden Markt reagieren.

SPIEGEL: Hinzu kommt der teure Standort Deutschland. Da werden Sie wohl kräftig Kosten senken müssen.

Lee: Die Kosten halte ich nicht für das größte Übel. In Hochpreisländern sollte man sich stärker auf Produkte mit hohem Mehrwert konzentrieren. Siemens achtete zu stark auf Niedrigpreisprodukte. Wir dagegen werden uns künftig stärker um Handys mit anspruchsvollen Funktionen kümmern, wie Smartphones, UMTS-Handys, Video-Handys. In diesem Bereich verfügt Siemens über exzellente Technologien, und zusammen mit den Erfahrungen von BenQ im Bereich der Verbraucher-elektronik sowie unserer flexiblen Organisation werden wir ein richtig konkurrenzfähiges Team werden.

SPIEGEL: Was haben die 3000 deutschen Siemens-Mitarbeiter von der Übernahme zu befürchten?

Lee: Wir haben uns verpflichtet, die Vereinbarungen zwischen Siemens und den Beschäftigten einzuhalten und bis 2006 fortzuführen. Anschließend werden wir

aber offen darüber sprechen müssen, was für alle Seiten am besten ist.

SPIEGEL: Was heißt das für Produktionsstandorte wie Kamp-Lintfort?

Lee: Noch mal: Zunächst werden wir die Vereinbarungen von Siemens fortführen. Gleichzeitig werden wir natürlich auch versuchen, die sehr hohen Kosten des Standorts Deutschland auszugleichen. Daher müssen wir nicht nur den Mehrwert unserer Produkte erhöhen, sondern auch Kosten senken. Als Erstes werden wir deshalb unsere Zulieferketten überprüfen und die Einkaufskraft unserer beiden Organisationen bündeln.

SPIEGEL: Müssen die bisherigen Siemens-Mitarbeiter künftig so hart arbeiten wie Chinesen?

Lee: Jede Gesellschaft hat ihren eigenen Stil. Den müssen wir akzeptieren. Wir erwarten nicht, dass die Deutschen so hart arbeiten wie die Chinesen. Aber in jedem Fall müssen sie erkennen, dass sich die Handy-Sparte in einer sehr kritischen Lage befindet und dass jeder verlieren wird, wenn wir uns gegen den Wandel sperren.

SPIEGEL: BenQ hat versprochen, das Hauptquartier der Mobiltelefonsparte in München zu belassen. Für wie lange?

Lee: Mindestens für die nächsten zwei, drei Jahre haben wir nicht vor, das zu ändern. Siemens bringt eine Menge an Technologie und Qualität in das Geschäft ein. München macht als Standort Sinn.

SPIEGEL: Deutsche Konzerne rühmten sich einst ihrer Hightech-Produkte, nun

überlassen sie zunehmend asiatischen Firmen wie BenQ das Feld. Wie erklären Sie sich das?

Lee: Die europäische Industrie hat typischerweise in den schnell wachsenden Bereichen an Wettbewerbsfähigkeit eingebüßt. Immer wenn es bei einer Technologie auf sehr personalisierte Anwendungen ankommt – wenn also Nähe zum Verbraucher gefragt ist –, können die Europäer diesem Wandel nicht folgen. Das liegt daran, dass ihre Gesellschaft stabiler ist und auf hohe Qualität Wert legt. Die Menschen achten mehr auf Lebensqualität als auf industriellen Wettbewerb. Deshalb wählen sie den Status quo. Wir Asiaten waren dagegen lange daran gewöhnt, nichts zu besitzen. Deshalb sind wir bereit, uns ständig an neue Gegebenheiten anzupassen.

SPIEGEL: Die Marke Siemens steht für Beharrlichkeit, man denkt dabei etwa an große Kraftwerke. Warum wollen Sie gerade diesen Namen zunächst auf Ihren Handys weiterführen?

Lee: Siemens steht für verlässliche Produkte und genießt seit langem einen ausgezeichneten Ruf in Asien. Ich halte es für eine gute Idee, diesen Namen mit dem vitalen, jugendlichen und innovativen Image von BenQ zu kombinieren.

SPIEGEL: Als eigenständige Marke ist BenQ erst gut drei Jahre alt. Durch die Akquisition der Handy-Sparte von Siemens verdoppeln Sie Ihr Geschäft auf einen Schlag. Kann BenQ eine so große Integration überhaupt bewältigen?

Lee: Wir sind immerhin seit zehn Jahren im Handy-Geschäft. Wir werden mehr Leute sein, über mehr Talente und mehr Technologie verfügen. Aber grundsätzlich wird unser Geschäft nicht komplexer sein, als es ohnehin schon war.

SPIEGEL: Wie wird die Palette Ihrer übrigen Elektronikprodukte – sie reicht von Flachbildschirmen bis hin zu Notebook-Computern – vom Siemens-Deal profitieren?

Lee: Wir sind überzeugt, dass wir über Handys den größten Einfluss auf den Alltag der Menschen ausüben. Sie sind klein und für fast jeden Verbraucher erschwinglich. Für das Ziel, BenQ als globale Marke auch für unsere anderen Elektronikprodukte bekannt zu machen, spielen Handys daher eine zentrale strategische Rolle.

INTERVIEW: WIELAND WAGNER

