

Der Däne Torben Rick, 41, ist Geschäftsführer des Elmshorner Mobilfunk-Unternehmens Talkline

Von den Dänen lernen

FOTO KLAR

Eigentlich ist Torben Rick ein Mann, der offen und bereitwillig Auskunft gibt. Auf ein Thema aber möchte der Geschäftsführer des Mobilfunk-Anbieters Talkline lieber nicht angesprochen werden: Die Gerüchte der letzten Wochen, nach denen sein Haus den weit größeren Konkurrenten Mobilcom übernehmen könnte, entlocken dem Dänen nur ein knappes „Kein Kommentar“.

Dabei ehrt es das Elmshorner Unternehmen, dass die deutschen Börsen ihm den Kauf des Branchenweiten zutrauen. Immerhin kann Talkline vorweisen, was derzeit nicht viele Firmen der Telekommunikationsbranche zu bieten haben: gute Ergebnisse im laufenden Geschäft. Im ersten Halbjahr 2003 lag der Umsatz des Serviceproviders bei 449 Millionen Euro, der Ebitda-Gewinn betrug 26,6 Millionen Euro. Gleichzeitig konnte Talkline seine Kundenzahl um 185 000 auf jetzt 1,8 Millionen Handy-Nutzer erhöhen, bis Jahresende sollen es zwei Millionen sein.

Dass der Service-Provider so gut im Geschäft ist, liegt nicht zuletzt an der erfolgreichen Restrukturierung, die Mitte 2002 abgeschlossen wurde. Damals trennte sich das Unternehmen von den Sparten Festnetz und Internet, um sich voll auf den Mobilfunk und das Geschäft mit Telefon-Mehrwertdiensten konzentrieren zu können.

Gegen den Branchentrend hat der Mobilfunk-Anbieter **Talkline** Erfolg – dank seiner besonderen Unternehmenskultur, meint Geschäftsführer Torben Rick

Von Cornelis Rattmann

Damit aber sei der Erfolg der letzten Monate nicht allein zu erklären, meint Rick, der im Herbst 2002 zum Chief Commercial Officer (CCO) der Talkline-Gruppe berufen wurde. „Wir führen das auch auf unsere besondere Unternehmenskultur zurück.“ In der Tat ist bei Talkline manches anders, als man es sonst aus deutschen Unternehmen gewohnt ist. So hat die Tochter des Kopenhagener Telekommunikationskonzerns TDC eine Geschäftsführung, die mit drei Dänen besetzt ist. Und unsere nördlichen Nachbarn sind dafür bekannt, dass sie steife Umgangsformen nicht leiden können: Das förmliche „Sie“ wurde vor längerer Zeit durch das kollegiale „Du“ ersetzt, auf den Fluren grüßt man den Chef nicht mit „Guten Tag, Herr Rick“, sondern mit „Hallo Torben“.

Doch nicht nur der lockere Umgangston zeigt, dass man sich bei Talkline als große Familie versteht. Regelmäßig gibt es gemeinsame Veranstaltungen mit Geschäftsleitung und Belegschaft. Einmal monatlich treffen sich acht Mitarbeiter, die zuvor ausgelost wurden, mit ihren Chefs zum Talk Lunch. Dort können sie ohne Berührungsängste über alle Themen sprechen, die ihnen am Herzen liegen.

Jeden vierten Mittwoch gibt es zudem nach Dienstschluss ein gemeinsames Treffen bei Bier und Brötchen. Jeweils am Ende des Quartals stellt einer der Geschäftsführer dort die aktuellen Unternehmenszahlen vor. So viel direkte Kommunikation kommt gut an: „Zu solchen Veranstaltungen kommen bis zu 400 unserer Beschäftigten“, erklärt Rick. Auch das Betriebsklima ist gut, wie die letzte Personalbefragung ergab: Rund 80 Prozent der Talkline-Mitarbeiter sind mit ihrer Firma zufrieden.

Um das Unternehmen voranzubringen, wurde die Belegschaft aufgefordert, aktiv über Verbesserungen nachzudenken. Dazu rief die Geschäftsführung eigens das „Projekt 10“ ins Leben. „Ziel ist es, zehn Prozent der Kosten einzusparen und zugleich den Rohertrag durch neue Geschäftsideen um zehn Prozent zu steigern“, erläutert Rick.

Ein dreitägiger Workshop an der Nordsee mit 50 Teilnehmern

aus allen Abteilungen des Unternehmens brachte allein 200 Verbesserungsvorschläge, von denen viele bereits umgesetzt werden konnten. „Wir haben vor einem Jahr allen klar gemacht, wie schwierig die Situation in unserer Branche ist und wie sehr es darauf ankommt, dass alle mitziehen, wenn wir Erfolg haben wollen.“ Das „Projekt 10“ sei auf einem guten Wege, so Rick: „Wir haben die darin vorgesehenen Ziele bald erreicht.“

Die Unternehmenskultur, die bei Talkline gepflegt werde, sei

„Wir sehen Veränderungen nicht als Bedrohung“

deutlich von der in dänischen Firmen geprägt – und davon könnten deutsche Unternehmen noch einiges lernen, meint Rick selbstbewusst: „Die steifen, unflexiblen Strukturen, die hier zu Lande viele Firmen prägen, sind mit daran schuld, dass es dem Wirtschaftsstandort so schlecht geht.“ Das Mitarbeiterpotenzial werde vielfach nicht genutzt. Ein wichtiger Baustein für den Erfolg bestehe darin, eine Organisation zu haben, die konstant auf Veränderungen vorberei-

tet sei. „Bei Talkline sehen wir Veränderungen nicht als Bedrohung, sondern als Chance für neue Entwicklungen.“

Rick schätzt, dass die Zahl der Mobilfunknutzer in Deutschland bis Ende 2004 von derzeit 62 auf 68 Millionen steigen wird. Zuwächse beim Umsatz werden künftig aber weniger neue Nutzer bringen: „Wir werden uns vielmehr durch moderne Datendienste neue Einnahmequellen erschließen.“ Künftig werde man sich Bilder aus dem Internet als SMS aufs Handy schicken können oder Banktransaktionen mobil abwickeln. Für Firmenkunden bietet Talkline Intranet-Zugänge an. Sie ermöglichen es zum Beispiel Außendienstlern, von unterwegs auf Lagerbestände oder andere Unternehmensdaten zurückzugreifen.

Wann Talkline Dienste für den neuen UMTS-Standard anbieten wird, konnte Rick noch nicht sagen. „UMTS wird erst kommen, wenn die entsprechenden Handys auf dem Markt sind. Das wird nicht vor 2004 der Fall sein.“ Auf jeden Fall werde es interessant zu beobachten sein, welchen Effekt die kostengünstigere W-LAN-Technik, die eine Übertragung von Daten in Ballungsräumen über Funknetze ermöglicht, auf den Erfolg von UMTS haben werde. Rick: „Das wird in den kommenden Jahren ein spannendes Rennen geben.“